

**ЧЕРНІВЕЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ
ДЕРЖАВНОГО ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ**

**Кафедра харчових технологій, готельно-ресторанного і туристичного
сервісу**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

**на тему «Удосконалення інформаційно-комунікаційних технологій в
готелі»**

на матеріалах ресторану «готелю «MARION SPA» Буковель»

Студента 4 курсу, 406 групи,
галузі знань 24 «Сфера
обслуговування»
спеціальності 241 «Готельно-
ресторанна справа»
Освітньої програми
«Готельно-ресторанна справа»

_____ Бойко Максима
Костянтиновича

Науковий керівник
канд. техн. наук, доцент

_____ Паламарек Каріна Вікторівна

Завідувач кафедри
канд. техн. наук, доцент

_____ Паламарек Каріна Вікторівна

Чернівці - 2025

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ГОТЕЛЯХ.....	5
1.1 Поняття та класифікація інформаційно-комунікаційних технологій.....	5
1.2 Значення інформаційно-комунікаційних технологій для ефективного функціонування готелю.....	7
1.3 Зарубіжний та вітчизняний досвід використання інформаційно-комунікаційних технологій.....	10
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ГОТЕЛІ «MARION SPA».....	14
2.1 Загальна характеристика готелю «Marion Spa».....	14
2.2 Характеристика інформаційно-комунікаційних технологій у готелі «Marion Spa» Буковель.....	26
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ГОТЕЛІ «MARION SPA».....	31
3.1 Пропозиції щодо впровадження нових інформаційно-комунікаційних технологій.....	31
3.2 Очікувані результати впровадження нових інформаційно-комунікаційних технологій.....	41
ВИСНОВКИ	42
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	43
ДОДАТКИ.....	46

ВСТУП

Ефективна комунікація є важливою складовою успішного готелю. Комунікація є ключем до того, щоб усі співробітники були на одному рівні, щоб гості відчували себе бажаними та цінними, а також щоб операції проходили безперебійно.

Для підвищення операційної ефективності, покращення якості послуг та зниження витрат, фахівці в галузі гостинності широко впроваджують інформаційно-комунікаційні технології у своєму бізнесі. Ключем до успіху сучасного готельного бізнесу є глибока інтеграція інформаційно-комунікаційних систем, що забезпечує узгодженість технологічних процесів на всіх рівнях функціонування засобу розміщення. Постійний розвиток цих систем кардинально трансформує як досвід гостей, роблячи його більш комфортним та персоналізованим, так і операційну діяльність самого готелю, підвищуючи його ефективність.

Основною метою даної кваліфікаційної роботи є комплексний аналіз наявних інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) та оцінка перспектив їхнього впровадження у готельному секторі України. В рамках дослідження передбачається удосконалення функціонування конкретного готелю в Буковелі шляхом розробки та надання практичних рекомендацій щодо інтеграції та оптимізації ІКТ-рішень.

Об'єктом досліджень є інформаційно-комунікаційні технології в готелях.

Предмет дослідження: інформаційно-комунікаційні технології, готель «Marion SPA», практичні рекомендації удосконалення інформаційно-комунікаційні технологій в готелі «Marion SPA» в Буковелі.

Для досягнення поставленої мети у кваліфікаційній роботі будуть реалізовані наступні завдання:

Здійснення ґрунтовного аналізу теоретичних аспектів та концептуальних підходів до впровадження інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) у готельному бізнесі. Вивчення сучасних моделей,

принципів функціонування та класифікацій ІКТ-систем, релевантних для сектору гостинності.

Проведення всебічного дослідження світового досвіду та аналіз практичних кейсів впровадження інноваційних ІКТ-рішень у провідних готелях та міжнародних готельних мережах. Особлива увага приділятиметься успішним стратегіям цифровізації, що сприяють підвищенню ефективності управління, оптимізації операційних процесів та покращенню якості обслуговування гостей.

Здійснення детального ознайомлення з поточною діяльністю готелю «Marion SPA» (Буковель) та проведення комплексного аналізу наявної інформаційно-комунікаційної інфраструктури.

На основі проведеного теоретичного аналізу, вивчення світового досвіду та діагностики поточного стану готелю «Marion SPA», буде розроблено науково обґрунтовані та практично орієнтовані рекомендації щодо удосконалення та впровадження нових інформаційно-комунікаційних технологій у діяльність готелю «Marion SPA». Рекомендації будуть спрямовані на підвищення конкурентоспроможності, операційної ефективності та якості послуг, а також на оптимізацію взаємодії з гостями та використання ресурсів.

Структура кваліфікаційної роботи передбачає логічну послідовність викладу матеріалу, що включає вступ, три основні розділи, що розкривають зміст роботи та висновки де узагальнено отримані результати досліджень. Список використаних літературних джерел представлений 30 джерелами.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ГОТЕЛЯХ

1.1 Поняття та класифікація інформаційно-комунікаційних технологій

В умовах сучасного висококонкурентного ринку гостинності, що постійно еволюціонує під впливом цифрової трансформації, впровадження інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) є нагальною необхідністю для готелів будь-якої категорії та місткості.

У контексті готельного бізнесу ІКТ являють собою інтегровану сукупність технічних засобів (комп'ютери, сервери, мережеве обладнання, телекомунікаційні системи), програмного забезпечення (спеціалізовані готельні системи, офісні додатки), комунікаційних мереж (дротові та бездротові мережі передачі даних, Інтернет) та пов'язаних з ними сервісів. Метою їх впровадження є автоматизація, оптимізація та ефективне управління всіма бізнес-процесами готелю, а також забезпечення високоякісної взаємодії з гостями та партнерами [28].

Основні складові ІКТ готелю представлено на рис. 1.1.

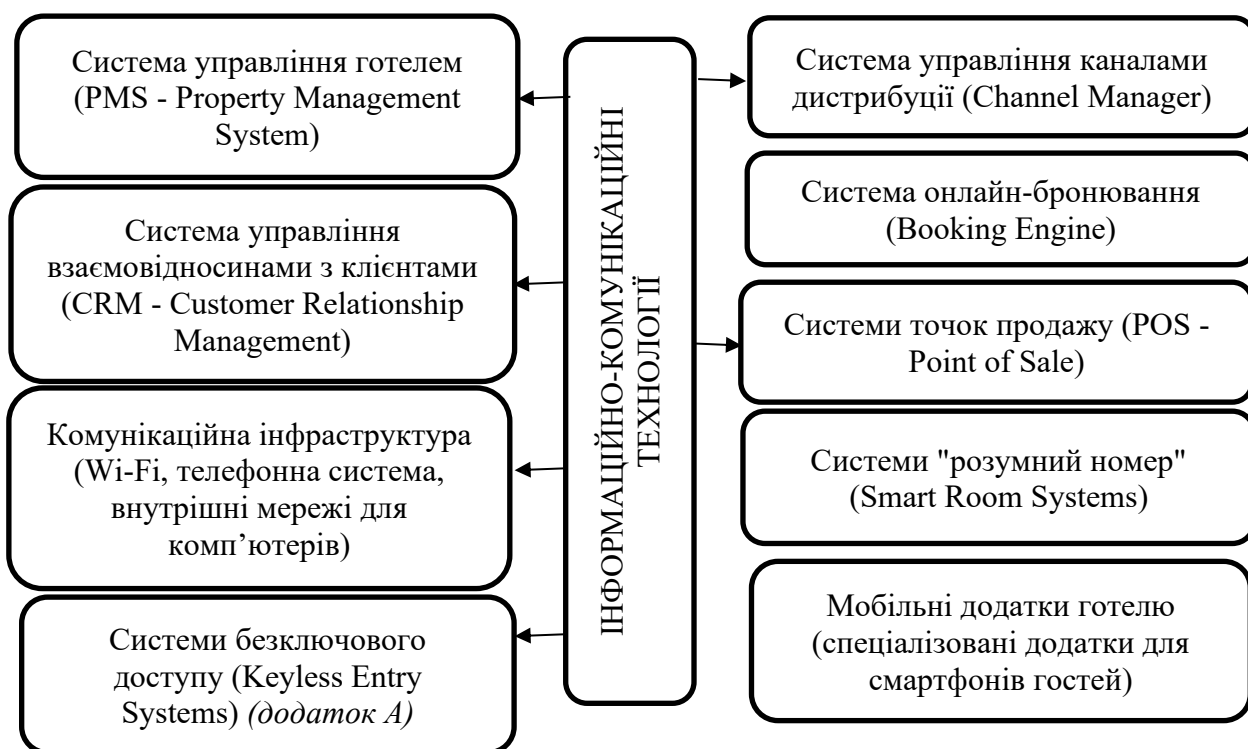


Рис. 1.1 Складові інформаційно-комунікаційних технологій в готелях

ІКТ у готелях охоплюють як внутрішні процеси (управління номерним фондом, персоналом, фінансами), так і зовнішню взаємодію з гостями (онлайн-бронювання, електронний зв'язок, маркетинг).

Класифікувати ІКТ у готелях можна за кількома основними напрямками, які наведено в таблиці 1.1.

Таблиця 1.1

Класифікація інформаційно-комунікаційних технологій в готелях

Критерії класифікації	Види	Опис
За функціональним призначенням	Системи управління готелем (PMS) CRM-системи POS-системи Електронні ключі/замки Відеоспостереження Мультимедійні системи Інтернет-сервіси, Wi-Fi Мобільні додатки	Автоматизація процесів реєстрації, управління номерним фондом, фінансами, підвищення безпеки, якості сервісу, комунікація з гостями, безкоштовний Wi-Fi
За рівнем автоматизації	Автоматизовані системи Напіваавтоматизовані системи Ручні системи	Ступінь автоматизації бізнес-процесів готелю
За напрямом використання	Внутрішні (корпоративні): PMS, облік персоналу, енергоменеджмент Зовнішні (клієнтські): онлайн-бронювання, мобільні додатки, електронні платежі	Оптимізація внутрішніх процесів і підвищення якості обслуговування гостей
За типом взаємодії	Інтерактивні: чат-боти, мобільні додатки, онлайн-чат Неінтерактивні: інформаційні екрани, електронні довідники	Двостороння чи одностороння взаємодія з користувачем: забезпечують двосторонню комунікацію (чат-боти, мобільні додатки, підтримка онлайн-чату) або надають інформацію без зворотного зв'язку (електронні довідники, інформаційні екрани)
За технологічною основою	Апаратні засоби: комп'ютери, сервери, мережеве обладнання Програмні засоби: PMS, CRM, мобільні додатки, системи безпеки	Фізичні й програмні компоненти, що забезпечують функціонування ІКТ у готелі
За сучасними трендами	Штучний інтелект (AI), чат-боти Інтернет речей (IoT): розумні номери, енергоменеджмент Хмарні технології	Підвищення ефективності, енергоощадність, персоналізація сервісу, аналітика

1.2 Значення інформаційно-комунікаційних технологій для ефективного функціонування готелю

В готелях інформаційно-комунікаційні технології використовуються всіма функціональними підрозділами: в управлінні номерним фондом, при бронюванні, в розробці та підтримці Web-сайту готелю, управлінні каналами дистрибуції, цифровому маркетингу, управлінні взаємовідносинами з клієнтами, при обслуговуванні гостей, в службі харчування (Food & Beverage), в технічній службі та організації безпеки (системи контролю доступу, системи відеоспостереження), а також налагодженні інтеграції готельних систем з бухгалтерським програмним забезпеченням, аналізом фінансових показників (табл. 1.2).

Таблиця 1.2

Переваги та труднощі інтеграції інформаційно-комунікаційних технологій в діяльність готелю

Переваги впровадження ІКТ	Ризики та обмеження застосування ІКТ
Підвищення ефективності та продуктивності праці. Зниження операційних витрат. Покращення якості обслуговування гостей та підвищення їхньої задоволеності. Збільшення доходів за рахунок оптимізації продажів та управління цінами. Формування сильного бренду та конкурентних переваг готелю Покращення внутрішньої комунікації та координації роботи персоналу. Можливість швидкої адаптації до змін ринкових умов	Високі початкові інвестиції у програмне забезпечення та обладнання. Необхідність інтеграції різних систем для забезпечення їх безперебійної роботи та обміну даними. Навчання персоналу роботі з новими технологіями. Забезпечення інформаційної безпеки та захисту персональних даних гостей. Потреба у постійному оновленні та технічній підтримці систем. Швидкі зміни технологій, що вимагає гнучкості та готовності до адаптації.

Впровадження ІКТ покращує діяльність готелів на багатьох рівнях. Прискорюється процес реєстрації, зменшується кількість помилок, оптимізується розподіл номерів та ресурсів. Персонал може зосередитись на більш важливих аспектах обслуговування гостей. Керівництво отримує доступ до актуальних даних та аналітичних звітів у режимі реального часу, що дозволяє більш ефективно планувати, контролювати та приймати

стратегічні рішення (наприклад, у сфері управління доходами - Revenue Management). Гості отримують більше контролю над своїм перебуванням, підвищується зручність та швидкість отримання послуг. Персоналізація на основі даних створює відчуття унікальності та турботи. З'являються нові можливості для таргетування реклами, прямої комунікації зі споживачами, збору відгуків тощо (табл. 1.3).

Таблиця 1.3

Основні аспекти впровадження інформаційно-комунікаційних технологій в готелях

Використання ІКТ	Опис	Приклад
Онлайн бронювання	Використання цифрових технологій дозволяє гостям самостійно обирати готелі, які найкраще відповідають їхнім уподобанням, потребам та інтересам. Готелі, які не використовують інтернет-технології можуть втратити більших своїх клієнтів	За статистичними даними та опитуванням $\approx 48\%$ туристів надають перевагу пошуку, бронюванню та плануванню всієї подорожі використовуючи мобільні пристрої
Інтернет-репутація	Сучасні клієнти добре обізнані з діяльністю готелів, часто переглядають рекламні матеріали готелю, який їх цікавить. Переглядають відгуки та соціальні мережі. У зв'язку з цим готелі все більше інвестують у рекламу в соціальних мережах	У великих готелях та готельних мережах є відділи, які відстежують інформацію про готелі в інтернеті, реагують на відгуки
Покращення обслуговування гостей	Найновіші цифрові технології роблять реєстрацію заїзду та виїзду, а також інші процеси, які пов'язані з гостями простішими, зручнішими та швидшими	Самостійна реєстрація та верифікація через електронні кіоски, онлайн-реєстрація, онлайн-платежі – все це усуває черги та тривалий час очікування на поселення
Покращений маркетинг	З точки зору маркетингу, технології дозволяють готелям краще орієнтуватись на своїх постійних та потенційних клієнтів. Готелі можуть нагадувати діловим гостям про розклад конференцій, про спеціальні пропозиції чи акції готелю тощо	Можливість спілкування з гостями в режимі реального часу зменшує витрати на маркетинг та водночас підвищує його ефективність

Продовження таблиці 1.3

Використання ІКТ	Опис	Приклад
Оптимізація внутрішніх процесів	Технології дозволяють готелям оптимізувати свої внутрішні процеси та зробити їх більш ефективними. Пакет управління взаємовідносинами з клієнтами дозволяє організувати справи та керувати інформацією з центральної консолі, надаючи менеджерам зв'язків з гостями можливість отримувати повну історію клієнтів під час взаємодії з ними	Готель може використовувати автоматизовану аналітику для структурування пакету, який включає зручності, що є найбільш підходящими та бажаними для гостей.
Впровадження комп'ютерних 3D турів	Такі тури розроблено, щоб надати гостю всю необхідну інформацію про місце його майбутнього відпочинку	Потенційний клієнт певного готелю використовуючи 3D-тур, зможе віртуально оглянути свій номер або весь готель
Впровадження еко-технологій для мінімізації негативного впливу на навколишнє середовище	Все більше готелів впроваджують ІКТ і розумно використовують ресурси, зменшують споживання води та енергії, виробляють мінімальну кількість відходів та переробляють їх, а також мають менший вплив на навколишнє середовище	Зменшення кількості паперу при реєстрації, використання QR кодів для меню тощо

Комп'ютерні системи мають можливість довгострокового зберігання великого масиву даних, доступ до яких може здійснюватися негайно за запитом. Оскільки системи, що використовуються готелями, мають дані про кожного відвідувача, який коли-небудь зупинявся в готелі, система швидше проводить розрахунки та враховує побажання гостя при подальшому використанні.

Програмне забезпечення для управління готелем має функції для ведення централізованого та впорядкованого обліку різних нарахунків та платежів як з клієнтами, так і з іншими організаціями. Впровадження цієї системи допомагає краще керувати готельними підприємствами з меншими зусиллями завдяки тому, що керуючий персонал отримує всі необхідні дані про поточний стан справ і навіть прогноз на майбутнє, що сприяє прийняттю правильних та своєчасних управлінських рішень. Окрім розширення

можливостей регулювання та автоматизації управління, представлена система має додаткові функції, що підвищують якість обслуговування та сервісу для гостей.

Сучасні готелі у своїй діяльності використовують такі інформаційні технології: системи інтерактивного телебачення; WIFI (високошвидкісний бездротовий доступ до Інтернету); систему енергоменеджменту; панель підключення (віддалена панель для аудіо-, відеороз'ємів, медіа-хабу); бек-офіс (система управління внутрішніми послугами готелю).

1.3 Зарубіжний та вітчизняний досвід використання інформаційно-комунікаційних технологій

Сучасний готельний бізнес, як за кордоном, так і в Україні, активно інтегрує інформаційно-комунікаційні технології на всіх етапах своєї діяльності – від попереднього бронювання до післяпродажного обслуговування.

Більшість міжнародних готелів (наприклад, «Sheraton», «Hyatt» тощо) використовують спеціальний виділений канал зв'язку комп'ютерної системи бронювання, який називається комп'ютерною системою бронювання або CRS. Представлена система дозволяє не тільки приймати заявки від клієнтів у режимі реального часу та підтверджувати бронювання, але й дає рекомендації готельній компанії щодо більш гнучкої маркетингової та цінової політики, отримуючи при цьому максимальний дохід з кожної отриманої заявки.

В міжнародних готелях широко застосовують інтегровані системи управління власністю (PMS). Готельні мережі Marriott, Hilton, Accor, IHG. використовують комплексні PMS, що повністю автоматизують бронювання, реєстрацію, управління номерним фондом, виставлення рахунків, управління персоналом та звітність. Ці системи часто інтегровані з ресторанными POS-системами та іншими модулями.

Розширені CRM-системи (системи управління взаємовідносинами з клієнтами) застосовуються для глибокого аналізу даних про гостей, створення персоналізованих пропозицій, управління програмами лояльності та автоматизації маркетингових комунікацій (наприклад, welcome-листи, пропозиції до дня народження, нагадування про майбутні події).

Готелі Hilton і Marriott є прикладами готельних мереж, які успішно впровадили CRM-системи для управління даними клієнтів та персоналізації обслуговування гостей. Стратегія Hilton «Customer Really Matters», що базується на їхній системі «OnQ», зосереджена на розпізнаванні, персоналізації та усуненні проблем з обслуговуванням, використовуючи аналітику клієнтів для покращення взаємодії (додаток Б). Hilton був одним з перших, хто масштабно впровадив технологію "Digital Key", дозволяючи гостям повністю оминати рецепцію та зайти в номер, використовуючи свій телефон. Впровадження "розумних" номерів, де гості можуть контролювати освітлення, температуру, телевізор та навіть замовляти послуги через додаток Hilton Honors або голосового асистента (наприклад, Alexa).

Marriott використовує CRM-платформу Salesforce для управління комунікаціями з клієнтами через різні канали та персоналізації взаємодії. Room Republic, менша мережа, також отримала значні прибутки завдяки відновленню даних про бронювання онлайн та збільшенню кількості прямих бронювань через CRM. За даними Bookboost, після впровадження CRM, RoomRepublic спостерігає зростання прямих бронювань на 55%.

Додаток Marriott Bonvoy є яскравим прикладом мобільної ІКТ. Гості готелю можуть зареєструватися зі свого смартфона, отримуючи повідомлення про готовність номера (мобільний check-in/check-out). Більшість готелів Marriott дозволяють використовувати смартфон як ключ від номера (наприклад, через Bluetooth Low Energy). Через мобільний додаток налаштовано чат з персоналом, який напряду дозволяє комунікувати з рецепцією або консьєржем.

Бренд готелів, які розташовані в 13 містах Європи - Ruby Hotels змінили свою стратегію та додали більше каналів комунікації до своїх кампаній. Вони також впровадили єдину поштову скриньку Bookboost, яка використовує штучний інтелект для автоматичної відповіді на запитання відвідувачів веб-сайту та дозволяє клієнтам спілкуватися з Ruby Hotels на їхній улюбленій платформі обміну повідомленнями, наприклад, WhatsApp, SMS тощо.

Capsule Hotel, інноваційна мережа готелів у Швейцарії, автоматизували більшу частину взаємодій із гостями. Готель зафіксував середній показник успішності онлайн-реєстрації на 60% після того, як вони спростили свій процес, надсилаючи інформацію про онлайн-реєстрацію через різні канали обміну повідомленнями, а не лише електронною поштою.

Досягли вищого рівня залученості Little BIG Hotels, які підтримували своїх клієнтів цифровими засобами протягом усього шляху клієнта, від моменту бронювання до перебування в готелі.

В готелях YOTEL реєстрація та виселення повністю автоматизовані через кіоски в лобі, мінімізуючи взаємодію з персоналом (додаток В). Деякі готелі YOTEL використовують роботів (наприклад, "YOBOT" у YOTEL Boston) для доставки багажу до номерів, демонструючи високий рівень автоматизації. Номери в даних готелях обладнані "розумними" ліжками, що трансформуються, оптимізуючи простір.

Український готельний бізнес активно наздоганяє світові тренди, адаптуючи ІКТ до місцевих умов. Великі готелі та курортні комплекси є лідерами у впровадженні інновацій.

Radisson Blu Hotel використовує передові PMS-системи, інтегровані з глобальною системою бронювання. Мобільний додаток Radisson Rewards дозволяє мобільний check-in/check-out, доступ до програми лояльності, інформації про готель. Високошвидкісний Wi-Fi є стандартом для всіх номерів та громадських зон. У номерах часто пропонуються послуги інтерактивного телебачення.

Більшість готелів України використовують PMS як центральний елемент управління. Ці системи дозволяють автоматизувати основні операції. Готель «Прем'єр Палац» використовує комплексні PMS, що забезпечують централізоване управління бронюванням (інтеграція з власною системою та ОТА), номерним фондом, реєстрацією/виселенням, а також фінансовими та бухгалтерськими операціями.

Reikartz Hotels & Resorts (мережа по всій Україні) активно впроваджує єдину PMS-систему для всіх своїх об'єктів, що дозволяє централізовано управляти дистрибуцією, програмами лояльності та стандартизувати операційні процеси.

Власні сайти з інтегрованими модулями бронювання є ключовим каналом прямих продажів для українських готелів, дозволяючи знизити залежність від комісійних винагород ОТА. «Fairmont Grand Hotel Kyiv» має високоякісний, візуально привабливий веб-сайт з інтуїтивно зрозумілим модулем бронювання, що дозволяє гостям легко обирати номери, переглядати доступність та здійснювати оплату онлайн. Готель «Дністер Прем'єр» активно просуває пряме бронювання через свій сайт, часто пропонуючи ексклюзивні ціни та пакети, недоступні на інших платформах.

«Ibis Kyiv City Center» надає можливість онлайн-реєстрації до прибуття, що дозволяє гостям значно прискорити процес отримання ключа на рецепції.

Більшість готелів активно використовують Facebook та Instagram для маркетингу, демонстрації інтер'єрів (номерів, ресторанів), акцій, та взаємодії з аудиторією. Наприклад, готель Україна використовує соціальні мережі для просування історичного аспекту та унікального розташування, регулярно публікуючи фотографії та інформацію про події.

Українські готелі активно інтегрують ці ІКТ, розуміючи їхню роль у створенні конкурентних переваг, задоволенні потреб сучасних туристів та підвищенні ефективності бізнесу в умовах постійних змін.

РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ГОТЕЛІ «MARION SPA»

2.1 Загальна характеристика готелю «Marion Spa»

Карпатський регіон є одним з найбільш перспективних для туризму та рекреації завдяки багатству природно-кліматичних, історико-культурних та соціально-економічних ресурсів. Ключову роль відіграє саме природно-рекреаційний потенціал, успішна реалізація якого залежить від кількох соціально-економічних факторів. Серед них — якість під'їзних шляхів, рівень облаштування туристичних закладів, якість та вартість послуг, а також загальна інфраструктурна привабливість.

Регіон вирізняється екологічно сприятливими природними умовами та має значні бальнеологічні, лісові, водні й гірськолижні ресурси. На території Карпат сформувалася мережа відомих курортів та курортних районів, зокрема Моршин, Трускавець, Славське, Яремче, Свалява, Воловець, Шаян, Солотвино, Ворохта, Міжгір'я, а також популярний "Буковель".

Буковель - це сучасний, динамічно зростаючий туристично-рекреаційний комплекс, що є флагманом зимового відпочинку та цілорічного туризму в Карпатському регіоні (рис. 2.1).

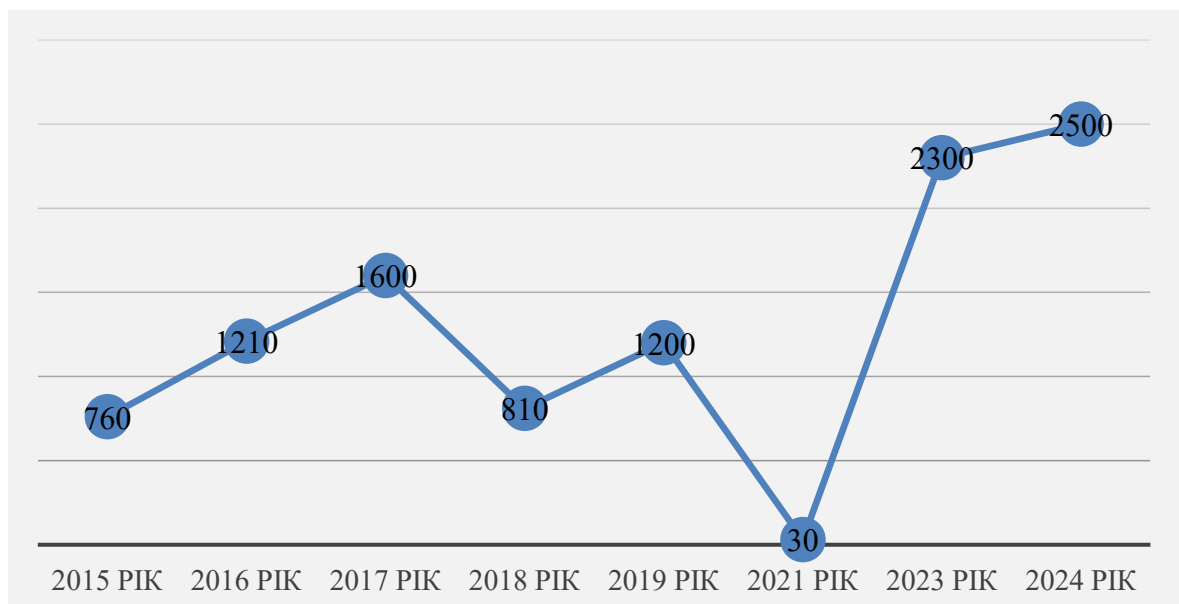


Рис. 2.1 Кількість туристів, які відвідали Буковель, тис. осіб [22,24]

Завдяки постійному розвитку інфраструктури, що включає розгалужену мережу гірськолижних трас різної складності, сучасні підйомники, розвинену готельну базу та широкий спектр розважальних закладів, Буковель приваблює туристів. Окрім зимових видів спорту, курорт активно розвиває літні та міжсезонні активності, такі як піші та велосипедні маршрути, екстремальні види спорту, спа-центри та конференц-послуги.

В Буковелі створено два штучних озера, одне з яких є значним за розміром і обладнане системою обігріву з використанням альтернативних джерел енергії. Велике озеро займає площу 6,8 гектара (розміри 750 на 140 метрів) і сягає 15 метрів у глибину. Його береги облаштовані для комфортного відпочинку, пропонуючи шезлонги та численні пляжні зони вздовж двокілометрової берегової лінії. Для відвідувачів пропонується безліч можливостей для водного дозвілля: від активних видів спорту, таких як водні лижі та вейкбординг, до більш спокійних – каякінгу та катамаранів. Доступні також гідроцикли, аквабатут, водні гірки та уроки дайвінгу.

Житловий фонд Буковелю представлений готельними комплексами, засобами розміщення різних категорій, віллами-шале. В самому центрі Буковелю, менш ніж в 300 м від підйомника Буковель 1R розташовано готель «MARION SPA» (рис. 2.2).

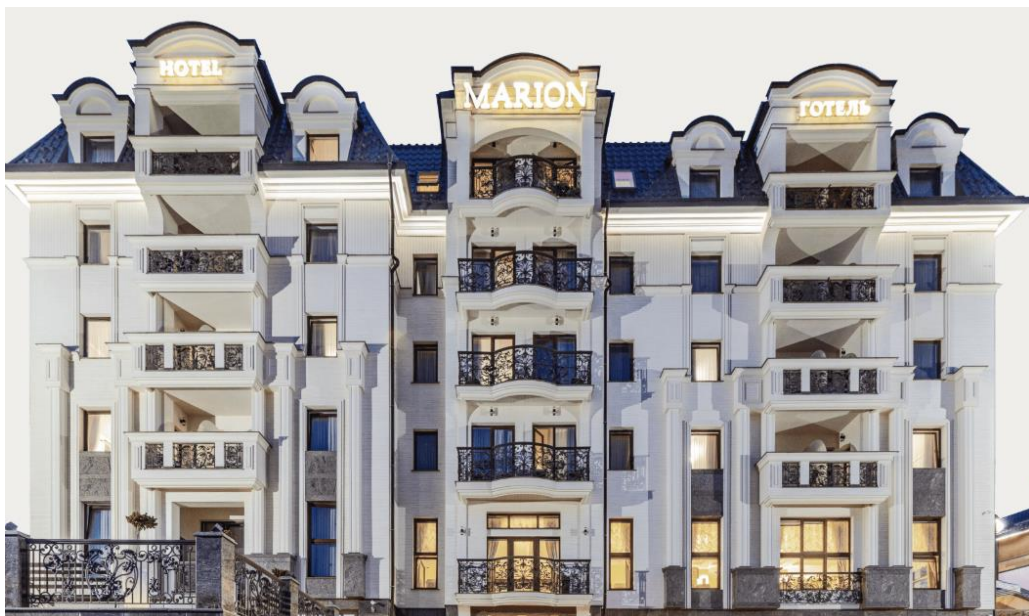


Рис. 2.2 Фасад готелю «MARION SPA»

Готель «MARION SPA» має багатоповерхову будівлю зі світлим, білим фасадом, що надає йому елегантного та сучасного вигляду. Архітектура включає виразні елементи, такі як мансардні вікна, що нагадують французький стиль. На фасаді розташовано багато балконів, що додає об'єму та ритму будівлі. Балкони мають ковані та ажурні металеві поручні чорного кольору, що створює цікавий контраст зі світлими стінами.

Центральна частина фасаду виділена вищим дахом та виступаючим елементом, де розміщено назву готелю «MARION» з підсвічуванням. На верхніх частинах бічних крил також видно написи «HOTEL» / «ГОТЕЛЬ», що підкреслює функціональне призначення будівлі. Нижня частина будівлі має великі фасадні вікна. Освітлення фасаду підкреслює його архітектурні особливості та робить готель помітним у темний час доби.

Готель «MARION SPA» — це сучасний готель преміум-класу, який відкрився у грудні 2019 року за адресою м. Буковель, Урочище вишня, 486 (рис. 2.3).

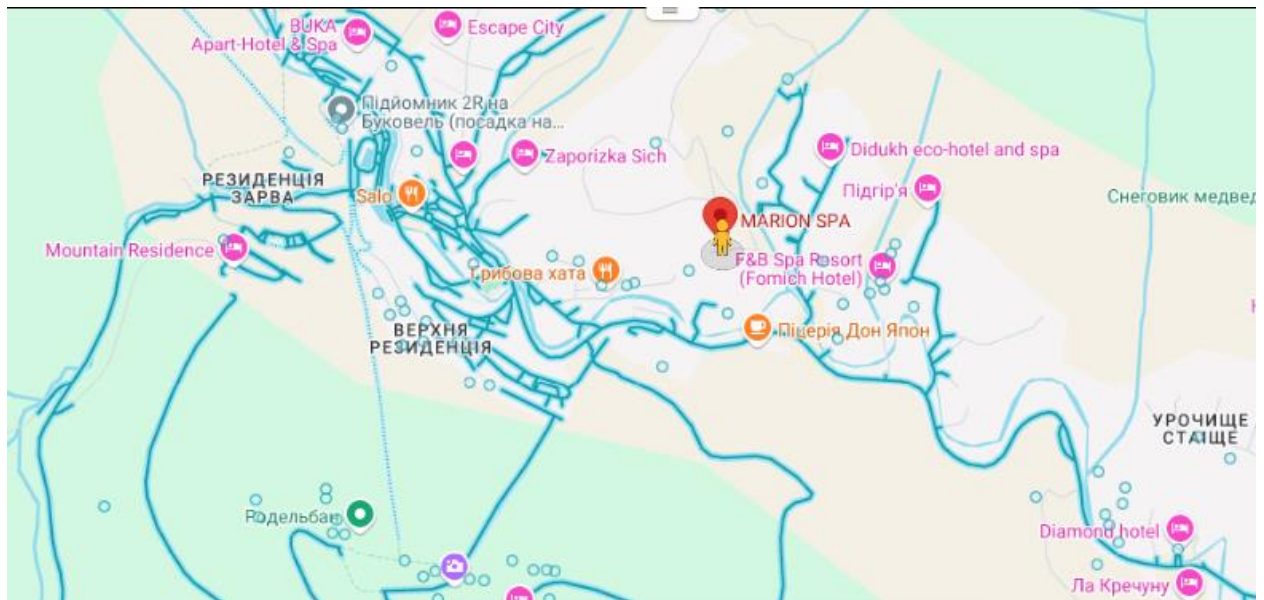


Рис. 2.3 Місце розташування готелю «MARION SPA»

Готель має вдале розташування - поруч з основною інфраструктурою курорту, але в затишному місці, оточеному природою. За результатами аналізу географічної структури туристичного потоку, найбільший відсоток гостей припадає на мешканців м. Києва (22,5%), Львівської області (10,2%)

та Дніпропетровської області (6,4%). При цьому частка регіонального попиту, сформованого мешканцями Прикарпаття, становить 6,9%.

Сегментація туристів, які приїжджають в Буковель за віком наведена на рис. 2.4.

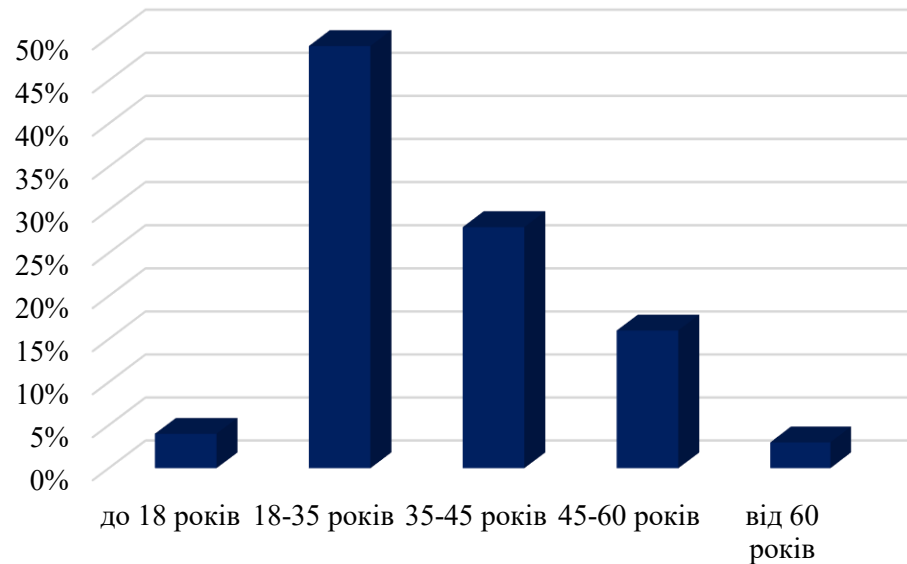


Рис. 2.4 Сегментація туристів в туристичній дестинації Буковель за віком

Туристи приїжджають в Буковель з різною метою, яка наведена на рис. 2.5.

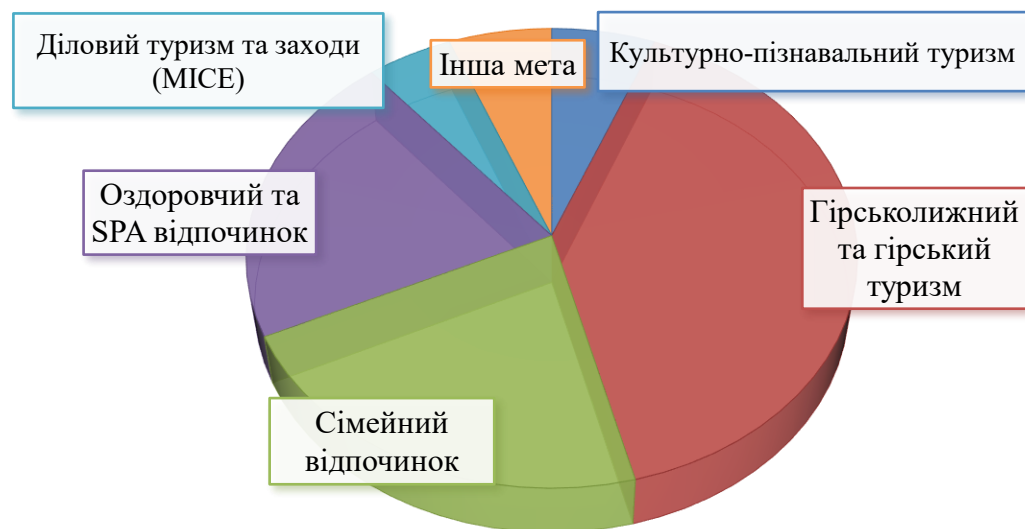


Рис. 2.5 Мета приїзду в Буковель

Готель «MARION SPA» орієнтований на сімейний та оздоровчий відпочинок у Карпатах.

Готель «MARION SPA» у Буковелі, з огляду на його розташування та наявність SPA-інфраструктури орієнтований на декілька основних категорій гостей (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Характеристика основних гостей готелю «MARION SPA»

Гості готелю	Характеристика	Основні показники, які впливають на вибір готелю
Сім'ї з дітьми	Сім'ї обирають готель для комфортного розміщення, доступу до розваг як для дорослих, так і для дітей (зокрема, гірськолижні траси взимку та озеро з розвагами влітку), а також можливості оздоровлення. Наявність SPA-комплексу дозволяє дорослим відпочити, поки діти зайняті розвагами.	Сімейні номери/апартаменти; басейн, дитячі зони, сніданки, дитяче меню, трансфер до підйомника / озера
Сімейні пари	Мета приїзду – відпочинок, релаксація. Поєднання активного відпочинку з оздоровчими процедурами.	Комфортабельні номери, SPA-центр, можливість замовлення романтичних вечерь, ресторан
Гості, орієнтовані на оздоровчий та SPA-відпочинок	Цілеспрямовано їдуть до Буковелю не лише для активного відпочинку, а й для відновлення сил, покращення самопочуття, проходження SPA-процедур	Широкий спектр послуг SPA-центру (різні види саун, басейни, масажі, косметологічні процедури), наявність оздоровчих програм
Гості, які приїжджають для активного відпочинку	Приїжджають в Буковель саме заради спортивних активностей (гірськолижники, сноубордисти, велосипедисти тощо).	Зручне розташування поблизу підйомників/маршрутів, приміщення для зберігання спорядження, можливість сушіння одягу, сніданки
Корпоративні клієнти (невеликий сегмент)	Компанії, що організовують корпоративні заходи, тренінги, тимблдинги. Буковель має розвинену інфраструктуру для MICE-туризму	Групове харчування, можливість організації дозвілля та розваг для учасників

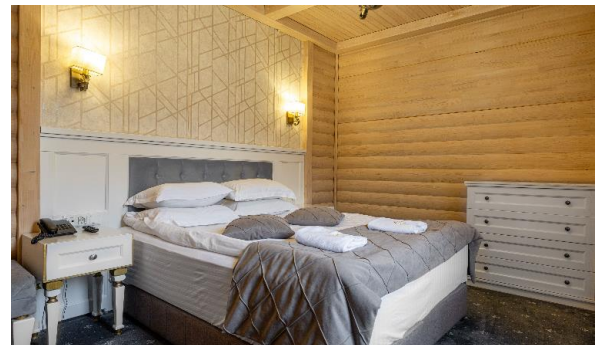
Для відвідувачів готелю важливим є стан номерного фонду. В готелі «MARION SPA» 40 номерів, які були оновлені з використанням сучасних матеріалів та меблів. Характеристика номерного фонду наведена в таблиці 2.2.

Таблиця 2.2

Характеристика номерного фонду готелю «MARION SPA»

Вид номер	Площа	Характеристика
Стандарт	S=20 м ² .	Комфортабельний двомісний номер, в якому сучасний дизайн поєднується з «високогірним стилем». Одне 2-хспальне ліжко 160см
Делюкс	S=30 м ² .	Більшість номерів Делюкс мають балкони, з яких ви можете насолоджуватися унікальною гірською природою. Є номери в видом на гори
Люкс	S=30 м ² .	Підходить для розміщення 2-х гостей. Двоспальне ліжко 180 см. Є номери в видом на гори

Номери у готелі «MARION SPA» мають дизайн, орієнтований на комфорт та затишок, з вишуканими елементами, що створюють теплу та розслаблюючу атмосферу. Візуалізація номерів готелю «MARION SPA» наведена на рис.2.6.

*Номер стандарт**Номер делюкс**Люкс**Рис. 2. 6 Номери в готелі «MARION SPA»*

В інтер'єрі домінують бежеві, світло-коричневі та золотисті відтінки, що створює відчуття спокою та затишку. Стіни оздоблені світлими шпалерами з легкою текстурою.

Кімната добре освітлена завдяки великому вікну з тюлем та щільними шторами теплих відтінків. Додаткове освітлення забезпечується прихованими LED-стрічками по периметру стелі, що створює м'яке, розсіяне світло, а також настільними лампами.

У номерах є велике двоспальне ліжко з білою постільною білизною та декоративними подушками, а також пледом сірого кольору. Поруч з ліжком розташовані тумбочки з приліжковими світильниками. Також присутній розкладний диван світлого, бежевого кольору (номер стандарт) або смарагдового (номер люкс), що може слугувати додатковим спальним місцем або зоною відпочинку. Вікна прикрашають двошарові штори – легкі тюлеві та щільні портьєри у коричнево-золотистих тонах, які додають елегантності та практичності. На підлозі – килимове покриття світло-коричневого кольору, що робить простір більш затишним та комфортним. В номерах є телевізори та великі дзеркала у рамці.

Заселення в номери готелю відбувається з 14.00, а виїзд з номеру до 12.00 год. Передбачено безкоштовне розміщення дітей віком до 5-ти років. Можливе встановлення дитячого ліжка за попереднім узгодженням при бронюванні.

Ціни за номер у готелі «MARION SPA» змінюються залежно від сезону, причому найвищі ціни спостерігаються у зимовий час. Це пояснюється піковим попитом на гірськолижний відпочинок, який є основною метою більшості відвідувачів Буковеля взимку. В інший період року (весна, літо, осінь) ціни є нижчими, щоб стимулювати потік туристів у «низький» або «середній» сезон. Цінова політика готелю на момент проведення дослідження (травень 2025 року) наведена на рис. 2.7.

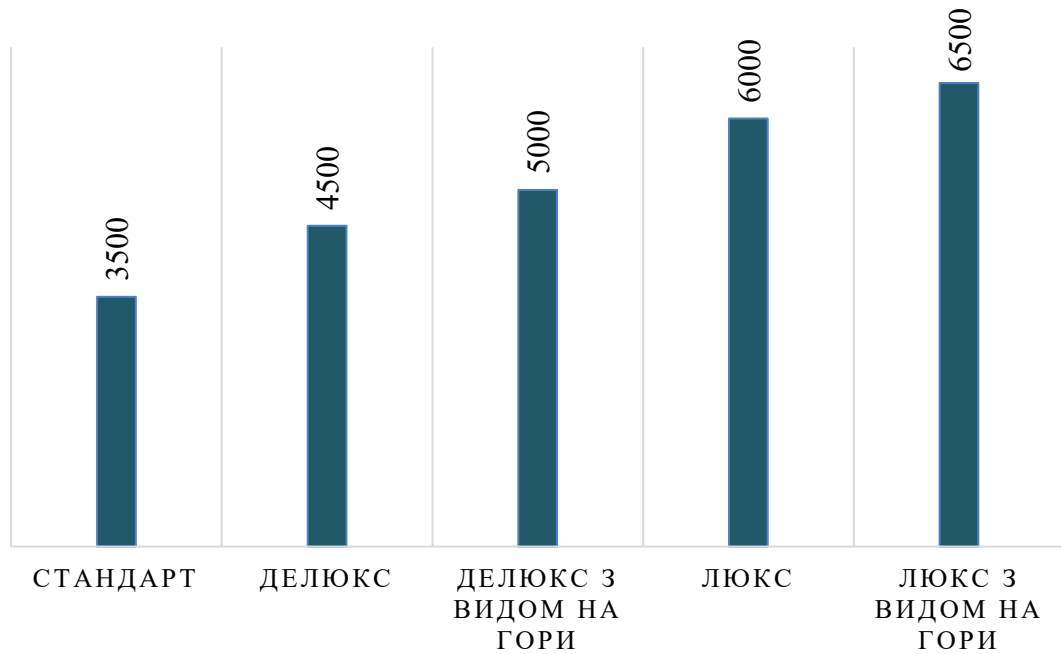


Рис. 2.7 Ціни на проживання в готелі «MARION SPA», грн

У вартість номерів включено сніданки та необмежене відвідування SPA.

При готелі функціонує ресторан «Marion». Режим роботи ресторану з 13.00 до 22.00. Гостям пропонується європейський сніданок типу «шведський стіл» з різноманітними холодними закусками та випічкою з 8.00 до 11.00 (рис. 2.7).



Рис. 2.7 Сніданки в готелі «MARION SPA»

В меню ресторану представлено закуски (сирна нарізка, асорті з сала, курячий паштет з трюфелем, соління), салати (салат з сиром страчателла, салат з куркою та лісовими грибами, цезар з лососем), супи (бограч з домашньою аджикою, борщ з пампушками, грибний крем-суп), основні страви (форель річкова, стейк з лосося, свинна вирізка в беконі, курча

тапака), гарніри (овочі гриль, рис, гречка, картопля фрі), десерти. Широкий асортимент сирників. В меню передбачено національні страви, а саме деруни з білими грибами, пельмені по-домашньому, вареники з різноманітними фаршами, банош з білими грибами.

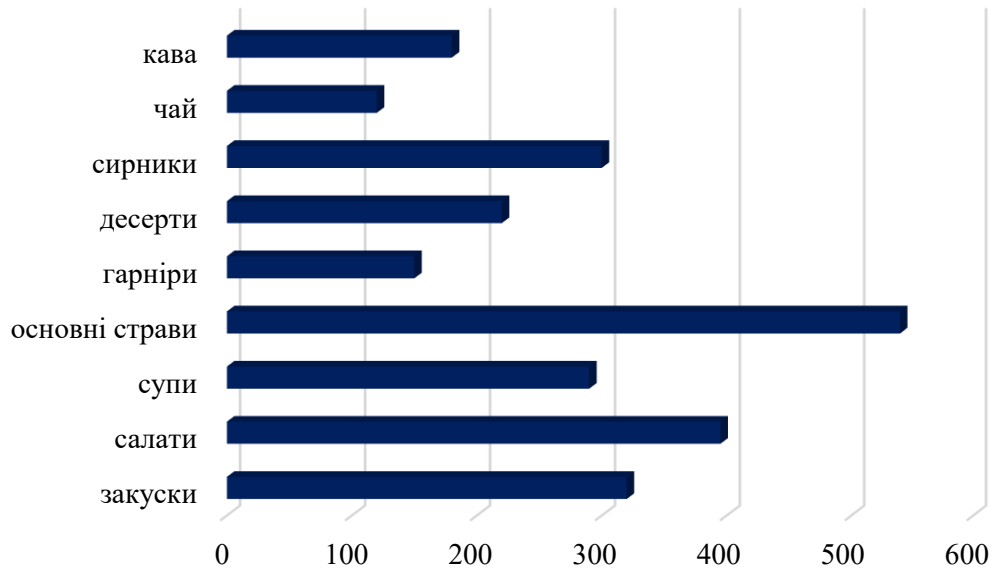


Рис. 2.8 Ціни на страви в меню ресторану «Marion», грн

Також передбачено меню для дітей: вівсяна каша, гречка з курячими крильцями, котлети з кус-кусом, крокети з пюре, зелений суп.

Влітку гості мають можливість поснідати на відкритій терасі. При готелі є Fresh Bar з широким асортиментом вин, свіжозвареної кави та ароматного чаю зі смачною домашньою випічкою і десертами (рис. 2.8).



Рис. 2.8 Заклади ресторанного господарства при готелі «MARION SPA»

В готелі «MARION SPA» є SPA комплекс, який працює з 8.30 до 21.00 години. До послуг гостей є басейн довжиною 8 м, шириною 4 м і глибиною 1,3-1,6 м, що містить і водні атракціони, такі як масажні водоспади, повітряні і гідромасажні форсунки. Вода басейну підігрівається до температури 28 °С. Є відкритий басейн Sky pool, який поєднує кришталєво чисту воду з унікальним гірським пейзажем навколо готелю у центрі самого центру курорту Буковель (рис. 2.9).

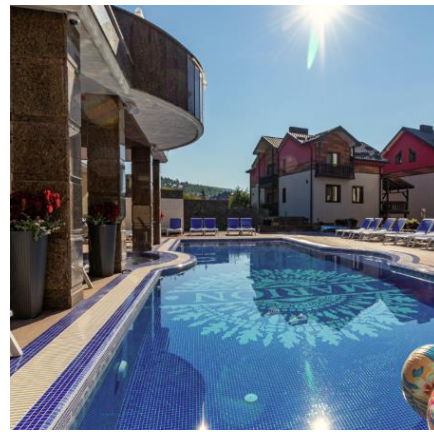


Рис. 2.9 Басейни в готелі «MARION SPA»

В готелі є джакузі, сауна та хамам. Передбачено послуги масажу. В SPA комплексі є соляна кімната. Збудована з натурального гімалайського каменю, вона створює неповторний мікроклімат, насичений корисними мінералами. Природна сіль іонізує повітря, покращуючи дихання та сприяючи загальному самопочуттю (рис. 2.10).



Рис. 2.10 Соляна кімната в готелі «MARION SPA»

Недавно готель «MARION SPA» завершив масштабну реновацію і 14 грудня 2024 року відбулось офіційне відкриття. Реновація охопила не лише ключові зони, але й включила створення нових просторів для найменших гостей. Створено ігрову зону для дітей (додаток Г). Центральне місце займає велика конструкція білого кольору з зеленими акцентами. Це багаторівневий комплекс з драбинами, сітками та тунелями для лазіння, що заохочує фізичну активність та дослідження.

В одному з верхніх рівнів є "будиночок" з віконцем, що додає елемент гри в хованки або "власного простору". На нижніх рівнях проглядаються м'які мати або килимки зеленого кольору, що забезпечують безпечне приземлення та комфорт. Є гірка, що веде до м'якого басейну з кульками. Це класичний елемент дитячих ігрових зон, що завжди користується популярністю. Стіни ігрової зони прикрашені яскравими малюнками. Зображені повітряні кулі різнокольорових відтінків, що літають над горами або пагорбами. В дитячій кімнаті є аніматори, що дозволяє батькам провести час окремо від дітей.

Було оновлено рецепцію, де стиль і функціональність поєднуються, забезпечуючи швидкий та зручний прийом гостей у гостинній атмосфері. За рецепцією дуже гарно видно логотип готелю, який нагадує геральдичний символ (рис. 2.11).



Рис. 2.11 Рецепція готелю «MARION SPA»

Передбачено безкоштовний паркінг для гостей готелю. Для любителів зимових розваг готель «MARION SPA» пропонує сучасно обладнану лижну кімнату та центр прокату спорядження. В кімнаті зручні стелажі для зберігання лиж, сноубордів і черевиків, а також система сушки. Центр лижного спорядження надає можливість взяти напрокат усе необхідне для катання – від лиж і сноубордів до захисного обладнання. Є спорядження для гостей будь-якого рівня підготовки – як для початківців, так і для професіоналів.

Лаунж-зона готелю «MARION SPA» — це простір, створений для релаксу та невимушеного спілкування, де можна розслабитися після активного дня чи приємно провести час із друзями. Зручні меблі, спокійна атмосфера та стильний інтер'єр дозволяють відчувати справжній затишок і комфорт. Лаунж-зона «MARION SPA» розташована таким чином, щоб гості могли водночас відпочити від метушні курорту та залишитися в епіцентрі всіх його зручностей. Це ідеальне місце для тих, хто цінує атмосферу спокою і прагне отримати максимум задоволення від перебування в Карпатах.

Готель «MARION SPA» входить до числа найкращих в Буковелі за відгуками гостей. Оцінено показники якості готелю складені за результатами аналізу відгуків туристів і даних з популярних платформ (рис. 2.12).

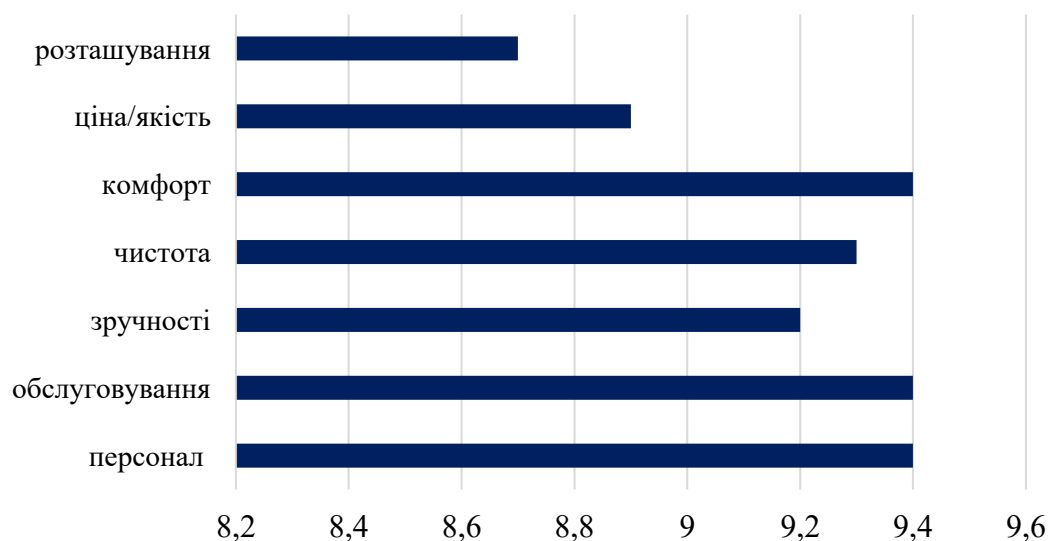


Рис. 2.12 Показники якості готелю «MARION SPA»

Гості відзначають чистоту номерів, сучасний інтер'єр, зручні ліжка та якісне прибирання. Готель «MARION SPA» займає 11 місце серед понад 300 готелів Буковелю за рейтингом на Tripadvisor, що підкреслює його популярність і якість.

За даними проведеного аналізу готель «MARION SPA» в Буковелі демонструє високі показники якості завдяки сучасній інфраструктурі, чистоті, якісному харчуванню, розвиненому SPA-комплексу та професійному персоналу.

2.2 Характеристика інформаційної-комунікаційних технологій у готелі «Marion Spa» Буковель

Готель «MARION SPA» активно впроваджує цифрові технології для підвищення якості обслуговування, оптимізації роботи персоналу та залучення клієнтів.

В готелі «MARION SPA» є власна веб-платформа з інтегрованим модулем бронювання. Це забезпечує прямий зв'язок з потенційними гостями та оптимізує процес бронювання (рис. 2.13).

Рис. 2.13 Бронювання в готелі «MARION SPA»

Модуль бронювання має сучасний, естетично привабливий дизайн, що відображає стилістику та рівень готелю. Інтуїтивно зрозумілий та легкий у використанні модуль, що дозволяє гостям швидко обрати дати заїзду/виїзду, тип номера, кількість дорослих та дітей.

Модуль у реальному часі відображає доступність номерів та актуальні ціни, які змінюються залежно від сезону. Автоматична відправка підтвердження на електронну пошту гостя після успішного бронювання.

Наявність зручної форми зворотного зв'язку, номерів телефонів та адрес електронної пошти для зв'язку з відділом бронювання або рецепцією (рис. 2.14).

The image displays two parts of the Marion Spa Bukovel booking interface. On the left is a feedback form titled 'MARION SPA BUKOVEL' with the subtitle 'Зараз ми не на зв'язку, але хочемо допомогти!'. The form contains a message: 'Доброго дня! Відділ бронювання наразі не працює. Залиште свої контакти, і ми зв'яжемося з вами в робочий час.' Below this are input fields for 'Ім'я *', 'Номер телефону *', and 'Повідомлення'. At the bottom, it shows 'Робочі години компанії: 09:00 - 21:00 Пн - Нд' and a 'Надіслати' button. On the right are two dark blue panels. The top panel, titled 'Бронювання та консультації', lists two phone numbers: '+38 093 020 00 10' and '+38 0800 33 30 10'. The bottom panel shows the same first number with a dropdown arrow and a 'ЗАБРОНЮВАТИ' button.

Рис. 2.14 Форми зворотнього зв'язку при бронюванні

При бронюванні номеру безпосередньо перед заселенням до готелю (1 доба та менше), гість повинен здійснити повну оплату на стійці рецепції під час реєстрації. Якщо в процесі проживання, гість зменшує період перебування в готелі, оплачена сума не повертається. В особливих випадках (рішення приймає адміністрація готелю) залишкова оплата може бути розміщена на депозиті готелю із гарантією його використання протягом календарного року.

У разі необхідності повернення грошових коштів гостю, який проживає в готелі «MARION SPA», комплекс пропонує наступні можливості: депозит

на наступний приїзд, або повернення у той самий спосіб, яким була зроблена оплата.

Оплата рахунків можлива готівкою, а також готель приймає безготівкові платежі, кредитні карти.

Інтеграція з надійними платіжними системами для безпечної обробки онлайн-платежів та передоплат.

На Web-сторінці готелю при бронюванні є можливість обрати одну з 40 мов та побачити ціну номеру в різній валюті ($\cong 30$). Це важливо для співпраці з іноземними туристами та підтриманні європейського рівня обслуговування (рис. 2.15).

Мова			Валюта		
Magyar	Română	日本語	Українська гривня UAH	Долар США USD	Євро EUR
繁體中文	Polski	Türkçe	Фунт стерлінгів GBP	Дирхам ОАЕ AED	Австралійський долар AUD
Български	한국어	Latviešu	Азербайджанський манат AZN	Болгарський лев BGN	Канадський долар CAD
Қазақша	ગુજરાતી	հայերեն	Швейцарський франк CHF	Юань женьмінбі CNY	Чеська корона CZK
Azerbaycan dili	Ελληνικά	O'zbek tili	Датська корона DKK	Алжирський динар DZD	Грузинський ларі GEL
Bahasa Indonesia	Bahasa Melayu	ភាសាខ្មែរ	Угорський форинт HUF	Індонезійська рупія IDR	Ізраїльський новий шекел ILS
Eesti keel	Lietuvių	Српски	Індійська рупія INR	Японська ієна JPY	Південнокорейська вона KRW
Tiếng Việt	Filipino	हिन्दी			
Македонски	සිංහල	ភាសាខ្មែរ			
नेपाली	العربية	Shqip			
Crnogorski					

Рис. 2.15 Мова та вибір валюти при бронюванні

На Web-платформі готелю надано якісні фотографії номерів, території готелю, SPA-центру, ресторанів та інших об'єктів інфраструктури, включаючи дитячу ігрову зону.

Web-платформа коректно відображається та функціонує на різних пристроях — стаціонарних комп'ютерах, ноутбуках, планшетах та смартфонах.

На популярних платформах бронювання (Booking.com, TripAdvisor) є інформація про готель та можливість замовити номер. Це дозволяє моніторити відгуки та вчасно реагувати, вдосконалюючи свою роботу на надання послуг.

Наявність власної веб-платформи з інтегрованим модулем бронювання дозволяє готелю «MARION SPA» не лише прямо продавати номери, зменшуючи комісії посередникам, але й ефективно презентувати себе, залучати цільову аудиторію та будувати прямі відносини з гостями.

Узагальнена характеристика інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) у готелі «MARION SPA» наведена на рис. 2.16.

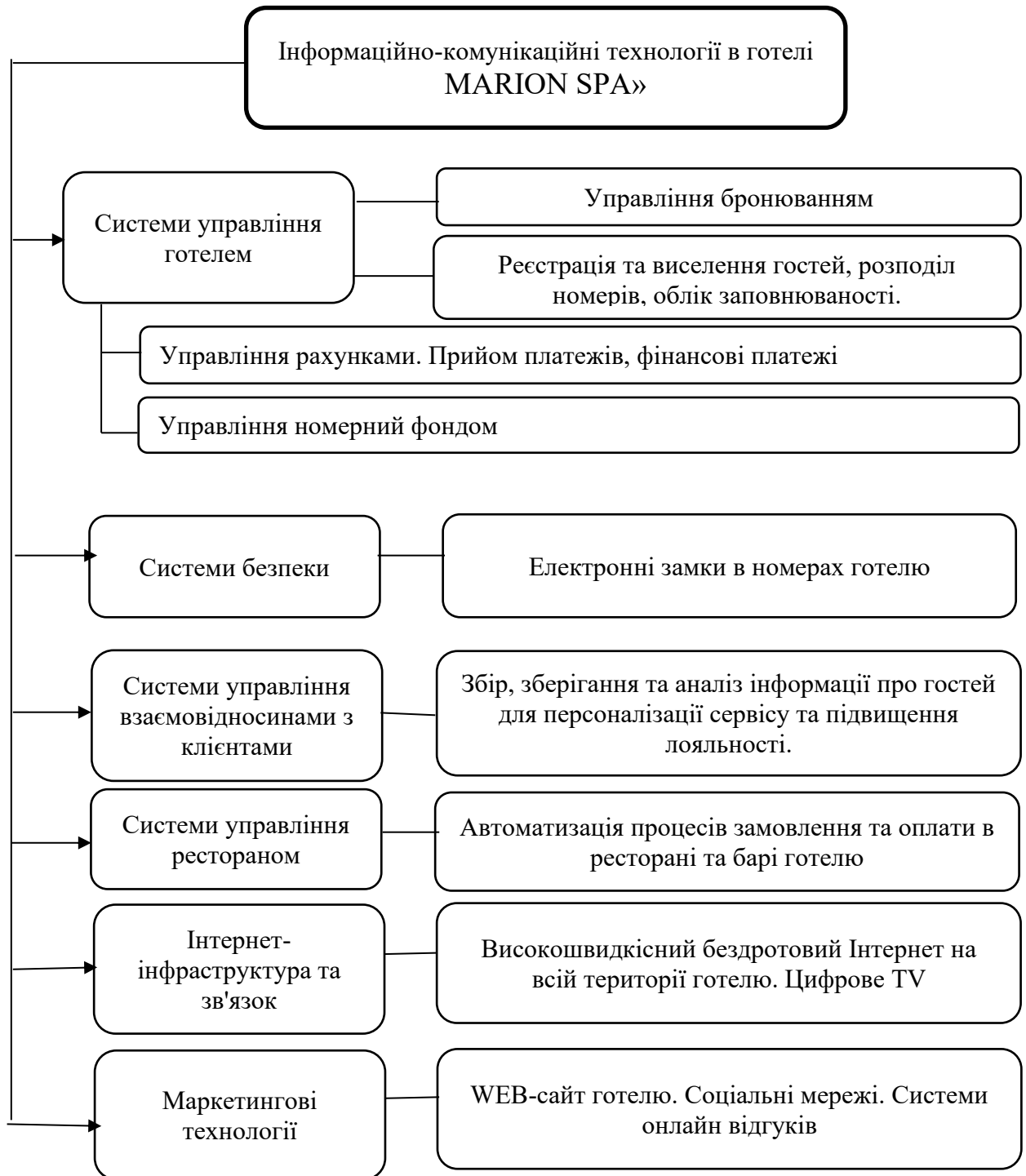


Рис. 2.16 Інформаційно-комунікаційні технології в готелі «MARION SPA»

Гості можуть користуватися швидкісним бездротовим інтернетом у номерах, ресторані, лаунж-зоні, SPA-комплексі та інших громадських просторах. Цифрове інтерактивне телебачення у номерах з доступом до різноманітних каналів та до інформації про послуги готелю.

Впроваджено онлайн-бронювання через сайт готелю, інтеграція з глобальними системами дистрибуції (GDS) та онлайн-туристичними агентствами (OTA - Booking.com, Expedia, Bluepillow.com)

Активна присутність в соціальних мережах та взаємодія з аудиторією (Instagram, Facebook) для демонстрації послуг та атмосфери (рис. 2.17).

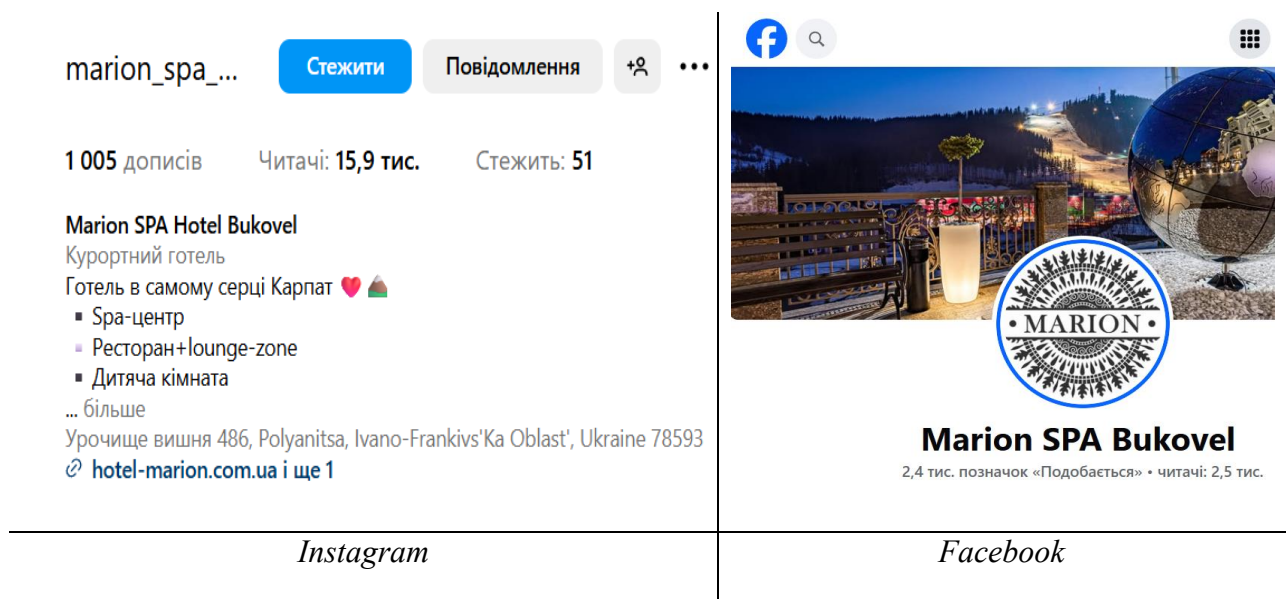


Рис. 2.17 Соціальні мережі готелю «MARION SPA»

Використовуються системи управління рестораном (POS - Point of Sale System). Ефективне управління обслуговуванням харчування, включаючи дитяче меню та обслуговування в номерах (Room-servise). Прийом замовлень, друк чеків, облік запасів сировини, аналіз продажів.

Для підвищення безпеки та зручності всі номери забезпечені сучасними електронними замками, що дозволяють швидко та безконтактно підтримувати доступ до номера.

РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ГОТЕЛІ «MARION SPA»

3.1 Пропозиції щодо впровадження нових інформаційно-комунікаційних технологій

Інформаційно-комунікаційні технології – це не просто тренд, а необхідність для готелю, який прагне ефективності, лояльності гостей і стабільного прибутку зважаючи на сучасні реалії.

Зважаючи на проведений аналіз діяльності готелю «MARION SPA» визначено ключові проблеми, які можна вирішити застосувавши інформаційно-комунікаційні технології:

- ↪ Нерівномірне навантаження на персонал (особливо на рецепцію та службу бронювання)
- ↪ Відсутність персоналізованої взаємодії з клієнтом
- ↪ Затримки в обробці замовлень, помилки при заселенні
- ↪ Неможливість аналізу клієнтської бази й поведінки гостей
- ↪ Обмежена присутність у цифровому просторі.

Інтегрований модуль бронювання в готелі відображає доступність номерів, дозволяє гостям швидко обрати дати заїзду/виїзду. Було б доцільно передбачити можливість бронювати не тільки основні послуги, а й додаткові:

- ↪ Послуги трансферу
- ↪ Прокат лижного спорядження
- ↪ SPA-процедури

На Web-платформі готелю потрібно надати не тільки опис усіх послуг готелю, а й включаючи інформацію про гірськолижний відпочинок, літні розваги на озері, розширити інформацію про оздоровчі процедури.

Пропозицією є впровадження в готелі мобільного додатку для покращення комунікації з гостями та підвищення якості обслуговування.

Цей додаток (рис. 3.1) дозволить використовувати:

- ↪ Онлайн-бронювання номерів та керування своїм бронюванням разом зі смартфоном.
- ↪ Зберігайте актуальну інформацію про послуги готелю, SPA-комплексу, ресторану, а також спеціальні пропозиції та акції.
- ↪ Замовляти доставку їжі та напоїв у номер через внутрішню систему, що забезпечує швидкий і зручний сервіс.
- ↪ Отримувати миттєві повідомлення про важливі події, зміни або додаткові послуги.
- ↪ Користуватись інтерактивною картою готелю для легкого орієнтування на території.
- ↪ Звертатися до служби підтримки готелю в режимі реального часу для вирішення будь-яких питань.



Рис. 3.1 Мобільний додаток готелю «MARION SPA»

Впровадження мобільного додатку є частиною стратегії Marion SPA щодо цифрової трансформації і покращить рівень комфорту, оптимізує роботу персоналу та сприятиме оперативній комунікації.

Необхідно надати можливість переглядати відгуки гостей на сайті готелю, що підвищить довіру та залучить нових клієнтів. Для готелю «Marion Spa» це особливо актуально, оскільки він орієнтований на якісний відпочинок і SPA-послуги.

На веб-сайті готелю має бути чітко видимий розділ з назвою "Відгуки", "Відгуки гостей" або "Наша репутація". Посилання на цей розділ повинно бути розміщене у головному меню сайту та на сторінках, що описують номери або послуги (наприклад, сторінка SPA). Можна розробити внутрішню форму для залишення відгуків, але для підвищення довіри необхідно забезпечити прозорість, передбачити можливість відповідати на відгуки від імені готелю. Дозвіл на публікацію як позитивних, так і конструктивних негативних відгуків (з відповіддю готелю). Модерація з видаленням спаму або неприйняттого контенту. Можливість фільтрувати відгуки за датою, оцінкою, тегами (наприклад, "чистота", "персонал", "SPA", "харчування").

Виділення найбільш яскравих або показових цитат з відгуків на сайті готелю (рис. 3.2).

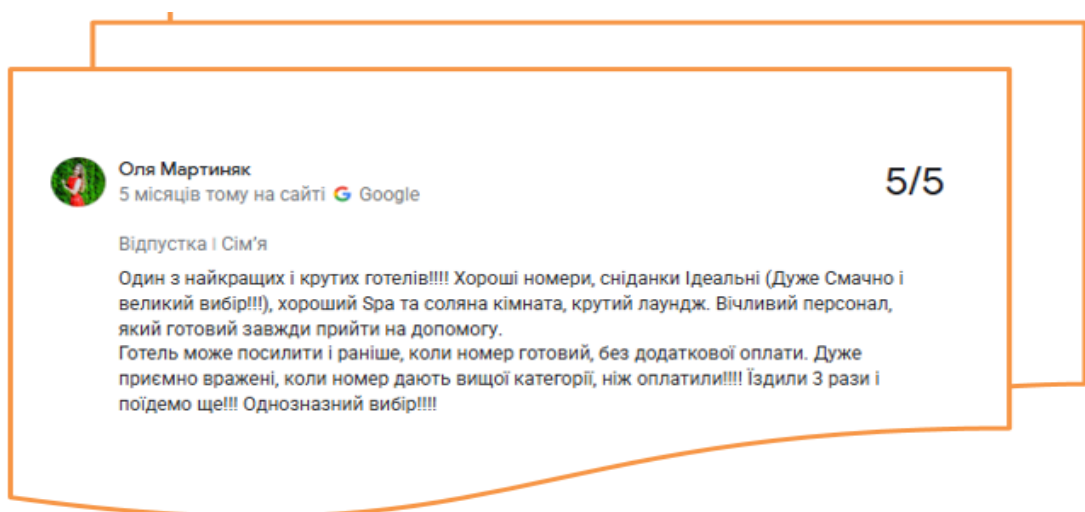


Рис. 3.2 Виокремлення відгуків на сайті готелю

Переваги для готелю «Marion Spa» від розроблення розділу з відгуками на сайті готелю:

↳ Підвищення довіри гостей, адже потенційні гості схильні довіряти думці інших мандрівників більше, ніж рекламним лозункам. Наявність прозорих відгуків зменшує сумніви.

↳ Позитивні відгуки слугують соціальним доказом високої якості послуг готелю.

↳ Відгуки допомагають потенційним клієнтам ухвалити рішення про бронювання, особливо коли вони шукають сімейний відпочинок або SPA-послуги.

↳ Аналіз відгуків дозволяє виявити сильні та слабкі сторони готелю, що є цінним джерелом для постійного покращення якості послуг.

↳ SEO-оптимізація: унікальний контент, що генерується користувачами (відгуки), позитивно впливає на позиції сайту в пошукових системах.

Наступним етапом впровадження нових інформаційно-комунікаційних технологій є оптимізація присутності в соціальних мережах та інтеграція з модулем бронювання для готелю «MARION SPA» (рис. 3.3).



Рис. 3.3 Етапи оптимізації присутності готелю в соціальних мережах

Активне ведення соціальних мереж є невід'ємною складовою стратегії просування готельного бізнесу. Наразі спостерігається невелика кількість підписників та відсутність прямого переходу до бронювання, що свідчить про недовикористаний потенціал цього каналу комунікації.

I етап. Розробка та імплементація контент-стратегії, орієнтованої на цільову аудиторію. Крім деталізованих фотографій номерів, SPA важливо використовувати динамічний та інтерактивний контент. Це короткі відео-огляди, "закулісні" моменти, демонстрація сервісу, інтерв'ю з персоналом, прямі ефіри кулінарних майстер-класів, демонстрації SPA-процедур, сесії запитань-відповідей. Крім того соціальні мережі можна використовувати як інформаційний та освітній контент публікуючи інформацію про події в Буковелі, місцеві пам'ятки або поради для відпочинку на природі.

II етап. Інтеграція соціальних мереж з модулем бронювання.

☞ Прямі кнопки "Забронювати" (Call-to-Action). Додавання інтерактивних кнопок бронювання безпосередньо в профілі соціальних мереж (Instagram, Facebook), а також під постами, що рекламують конкретні пропозиції. Ці кнопки мають вести безпосередньо на сторінку бронювання на власній веб-платформі готелю.

☞ Регулярне розміщення прямих посилань на модуль бронювання, сторінки з описом номерів або конкретних пакетів у профілях та публікаціях.

☞ Використання Shopping Tags/Product Tags (для Instagram/Facebook): якщо дозволяє функціонал платформ, маркування конкретних пропозицій (наприклад, пакет "Романтичний уїк-енд зі SPA") з можливістю прямого переходу до бронювання.

☞ Налаштування автоматичних відповідей та інтеграція з CRM-системою готелю для швидкого реагування на запити та надання допомоги у бронюванні через месенджери соціальних мереж.

III етап. Розширення аудиторії та підвищення залученості:

☞ Таргетована реклама. Налаштування рекламних кампаній у соціальних мережах на цільові сегменти (сім'ї з дітьми, пари, любителі SPA,

корпоративні клієнти) з урахуванням їхніх інтересів та географічного розташування.

↪ Співпраця з лідерами думок (блогерами, інфлюенсерами). Залучення популярних блогерів, які спеціалізуються на подорожах, здоровому способі життя, сімейному відпочинку, для створення нативного контенту та розширення охоплення.

↪ Взаємодія з іншими бізнесами в Буковелі (туроператорами, розважальними комплексами) для спільного просування.

↪ Заохочення UGC (User-Generated Content): Стимулювання гостей до публікації власних фото та відгуків у соціальних мережах з відповідними хештегами та відмітками готелю.

Реалізація цих заходів дозволить значно збільшити кількість підписників, підвищить залученість аудиторії, що в свою чергу, призведе до зростання прямих переходів до модуля бронювання та, як наслідок, до збільшення обсягів продажів номерів та послуг готелю «Marion Spa».

Впровадження QR-кодів на території готелю «MARION SPA» є ефективним рішенням для покращення взаємодії з гостями та надання їм швидкого доступу до необхідної інформації та сервісів. Це дозволяє зменшити використання паперових носіїв, підвищити зручність для клієнтів (рис. 3.4).



Рис. 3.4 QR-коди готелю «MARION SPA»

QR-код для меню може бути розташований на столах в закладах ресторанного господарства готелю (ресторан, бари), а також в номерах (в інформаційній папці), біля рецепції. Працівники закладу можуть вносити зміни в меню без потреби друку, а гості отримують достовірну інформацію та мають змогу зробити замовлення безпосередньо з телефону.

QR-код з навігацією по готелю дозволить легко орієнтуватись у пошуках ресторану, барів, SPA центрів тощо.

QR-коди Service нададуть швидкий доступ гостям готелю до замовлення послуг (запис на SPA-процедури, замовлення прибирання номера, послуг пральні, виклик таксі), підключення до готельної мережі Wi Fi, Прямі посилання на форму відгуків на сайті готелю або на платформи типу Booking.com/TripAdvisor.

У вестибюлі готелю або в лаундж-зоні, коридорах можна розмістити інформаційні екрани, які допоможуть орієнтуватись в готелі (рис. 3.5).

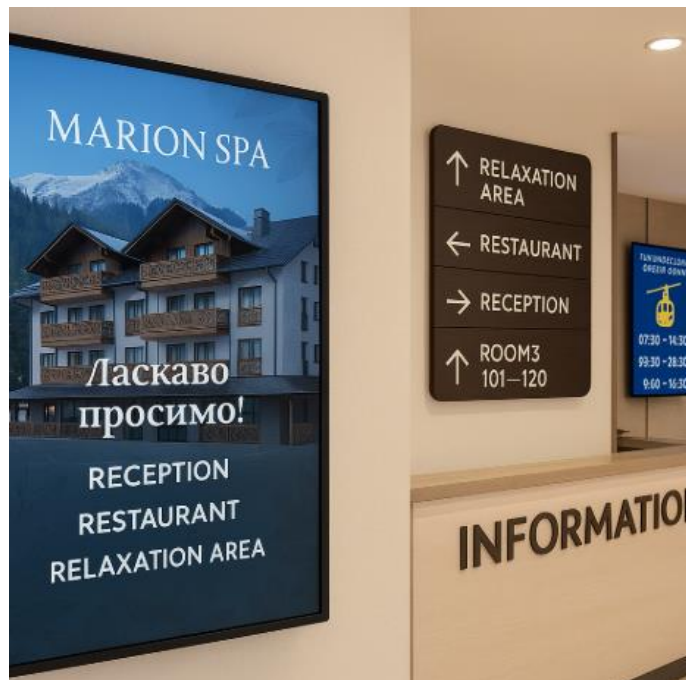


Рис. 3.5 Інформаційні екрани в готелі «MARION SPA»

Необхідно застосувати інформаційно-комунікаційні технології у сфері SPA. Передбачити електронну систему запису на послуги, сенсорні панелі для клієнтів у зонах відпочинку (масаж, сауна, басейн) та інтегрувати розклад процедур у мобільний додаток.

Для аналізу поведінки користувачів доцільно використовувати такий інструмент як Google-аналітика. Це дозволить готелю не просто збирати статистику, а й приймати обґрунтовані рішення для постійного покращення Web-сайту, підвищення його ефективності як інструменту продажів та збільшення кількості бронювань, задоволеності гостей (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

Показники Google-аналітики для готелю «MARION SPA»

Показник	Мета	Результат для готелю
Залучення споживачів/джерела трафіку	Визначити, звідки приходять користувачі на сайт (органічний пошук, соціальні мережі, прямі заходи, реферальні посилання, платна реклама тощо)	Дозволяє оцінити ефективність маркетингових кампаній (наприклад, таргетованої реклами в соцмережах), визначити найефективніші канали залучення потенційних гостей та оптимізувати рекламний бюджет
Поведінка гостей	Визначити перегляди сторінок	Дозволяє зрозуміти, які сторінки найпопулярніші (номери, SPA, галерея, контакти, дитяча кімната), що приваблює найбільшу увагу.
	Час перегляду сторінки	Показує, наскільки контент цікавий та залучає увагу. Довший час свідчить про вищий рівень зацікавленості
	Показник відмов	Відсоток відвідувачів, які залишили сайт після перегляду лише однієї сторінки. Високий показник може свідчити про нерелевантність контенту
Конверсії	Відстеження цільових дій користувачів на сайті	Відстеження успішних транзакцій завершення бронювання Заповнення форми зворотного зв'язку або запиту на прорахунок Перехід на сторінку "Контакти" Можна налаштувати розширений звіт з електронної комерції для аналізу вартості замовлень, популярності пакетів
Аудиторія	Визначення демографічних показників та інтересів	Дозволяє краще зрозуміти цільову аудиторію (наприклад, переважно сім'ї та пари) та адаптувати маркетингові повідомлення

Для покращення безпеки споживачів та персоналу потрібно також вдосконалити систему безпеки на території готелю. Це також дозволить

проводити моніторинг операційної діяльності, контролювати якість обслуговування, вирішувати спірні питання у випадку інцидентів.

Найбільш сучасним та рекомендованим для готелю рішенням є IP-відеоспостереження (IP-CCTV). Відеокамери потрібно передбачити з функцією розпізнавання обличчя.

Технології зробили крок вперед і тепер системи відеоспостереження здатні не тільки знімати все, що відбувається і записувати це на відеореєстратор, SD-карту і в хмару, а так само спеціальна технологія навчилася проводити розпізнавання осіб.

Система може бути запрограмована на розпізнавання облич людей, які раніше були причетні до крадіжок, шахрайства або інших правопорушень на території готелю чи інших об'єктах мережі. Це дозволяє оперативно реагувати та не допустити їхнього повторного входу.

Система може ідентифікувати обличчя, що знаходяться у базах розшуку правоохоронних органів (за наявності офіційних запитів та дозволів). У випадку, якщо дитина загубилася на території готелю система може допомогти швидко відстежити її переміщення. Розпізнавання облич може інтегруватися з системами контролю доступу, дозволяючи вхід лише авторизованим особам. У випадку інциденту (крадіжки, конфлікту, нещасного випадку) система розпізнавання облич може значно прискорити ідентифікацію причетних осіб, надаючи чіткіші докази, ніж звичайне відеоспостереження. Але дане питання важливо врегулювати відповідно до Закону України «Про захист персональних даних». Це має бути реалізовано з максимальною прозорістю, юридичною відповідністю та згодою клієнтів.

В якості пропозицій впровадження інформаційно-комунікаційних технологій в роботу готелю «MARION SPA» пропонується застосувати експрес-реєстрацію через цифрові сервіси, що покращить швидкість обслуговування.

Алгоритм використання експрес-реєстрації та проживання в готелі наведено на рис. 3.6.

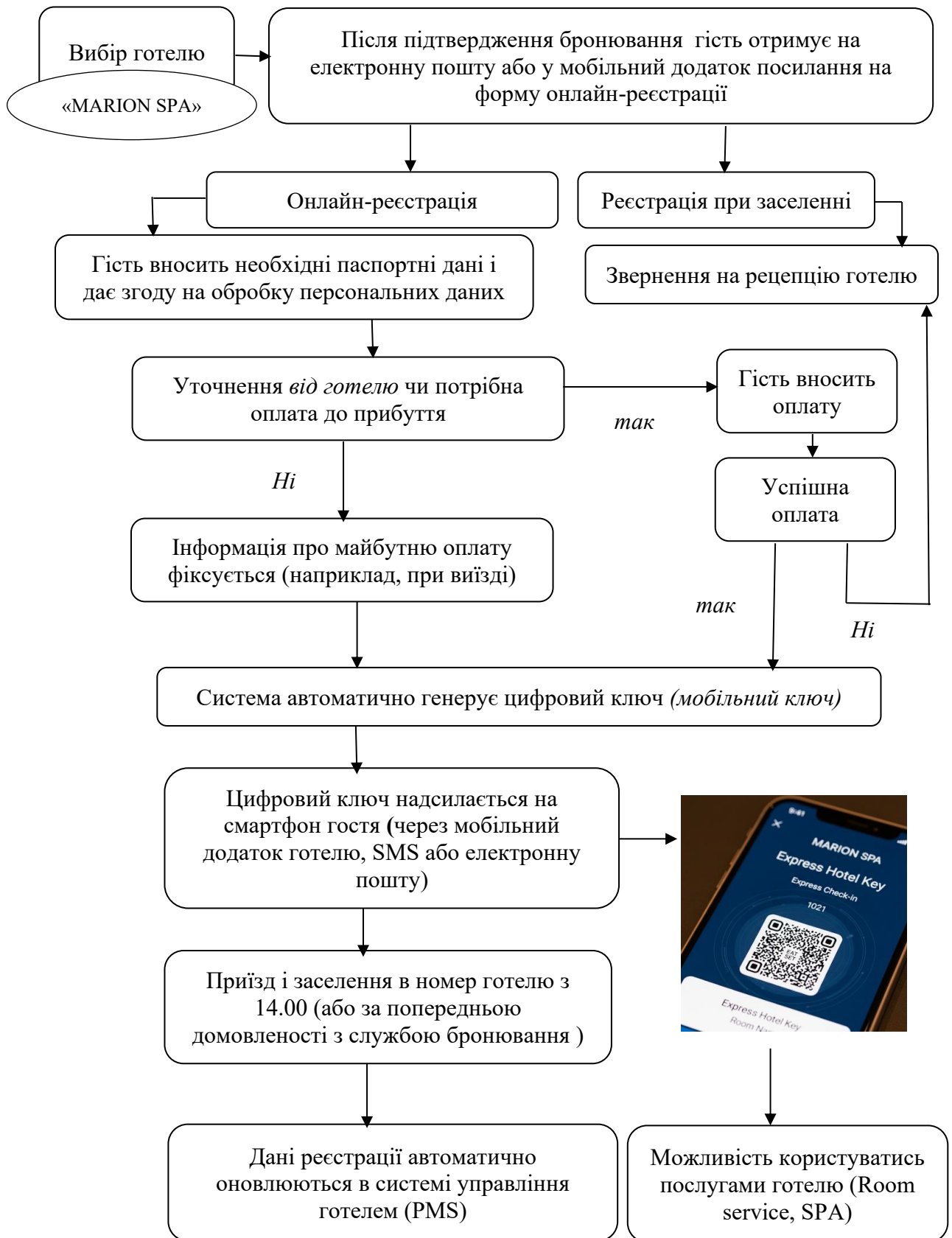


Рис. 3.6 Алгоритм експрес-реєстрації в готелі «MARION SPA»

3.2 Очікувані результати впровадження нових інформаційно-комунікаційних технологій

Впровадження нових інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) у готелі «MARION SPA» дозволить досягти низки значущих позитивних результатів, які вплинуть на операційну ефективність, фінансові показники, якість обслуговування гостей та конкурентоспроможність.

Очікуваними результатами є посилення іміджу готелю, скорочення часу обслуговування, підвищення лояльності завдяки цифровим сервісам (табл. 3.2).

Таблиця 3.2

Прогнозуємі результати впровадження інформаційно-комунікаційних технологій

Область покращення	Очікувані результати	Орієнтовні показники покращення*
Якість обслуговування	Персоналізація сервісу через CRM, швидкий check-in, онлайн-доступ до послуг з використанням мобільного додатку	Зростання оцінок у відгуках на 10–20% Збільшення ймовірності повторного бронювання на 15-30%
Оптимізація внутрішніх процесів	Автоматизація бронювання, прибирання, контролю наявності номерів Зменшення кількості помилок при розміщенні гостей	Скорочення навантаження на персонал на 20–40%. Економія витрат на операційні процеси до 25%
Бронювання	Збільшення частки прямих онлайн-бронювань через сайт та мобільний застосунок Власний сайт і додаток з модулем оплати	Очікуване зростання прямого доходу на 15–25%
Маркетинг та просування	Таргетовані розсилки, аналітика, QR-коди, покращення соцмереж	Підвищення охоплення аудиторії на 30-45%
Безпека та комфорт	Smart Room, електронні ключі, відеоконтроль	Підвищення рівня довіри та відчуття безпеки
Економія ресурсів	Зменшення витрат на ручні операції та паперові документи	Зменшення витрат на 20-25%
Покращення аналітики	Глибокий аналіз поведінки користувачів сайту	Більш ефективні стратегічні та тактичні рішення

*за аналітичними даними показників готелів, які впровадили певні ІКТ

ВИСНОВКИ

Кваліфікаційна робота виконана відповідно до теми «Удосконалення інформаційно-комунікаційних технологій в готелі» на матеріалах готелю «Marion SPA». Пояснювальна записка представлена трьома розділами, які розкривають зміст роботи.

В розділі 1 розглянуто теоретичні основи інформаційно-комунікаційних технологій в готелях. Надано класифікацію ІКТ, переваги та обмеження застосування ІКТ. Наведено зарубіжний і вітчизняний досвід використання інформаційно-комунікаційних технологій. Сучасний готельний бізнес, як за кордоном, так і в Україні, активно інтегрує інформаційно-комунікаційні технології на всіх етапах своєї діяльності – від попереднього бронювання до післяпродажного обслуговування. ІКТ активно впроваджують в своїй діяльності такі готелі, як Marriott, Hilton, Accor, IHG, Capsule Hotel, Little BIG Hotels, YOTEL. Лідерами у впровадженні інновацій є готелі України: Radisson Blu Hotel, готель «Прем'єр Палац», Reikartz Hotels & Resorts, Fairmont Grand Hotel Kyiv, Ibis Kyiv City Center тощо.

В розділі 2 досліджено готель «Marion Spa» та послуги, які він пропонує. Це сучасний готель преміум-класу, який відкрився у грудні 2019 року за адресою м. Буковель, Урочище вишня, 486. Готель містить 40 номерів і розташований в 300 м від підйомника Буковель 1R. В роботі наведено характеристику інформаційно-комунікаційних технологій в готелі.

В розділі 3 наведено пропозиції щодо впровадження нових інформаційно-комунікаційних технологій в готелі «MARION SPA». Пропозицією є впровадження в готелі мобільного додатку для покращення комунікації з гостями та підвищення якості обслуговування, виділення найбільш яскравих або показових цитат з відгуків на сайті готелю, оптимізація присутності в соціальних мережах та інтеграція з модулем бронювання, використання Google-аналітики та експрес-реєстрації. Наведено прогнозовані результати впровадження інформаційно-комунікаційних технологій в готелі «MARION SPA».

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Будинки і споруди. Готелі : ДБН В.2.2-20:2008. – [Чинний від 2009-04-01]. – К. : Мінрегіонбуд України, 2009. – 53 с. – (Державні будівельні норми України).
2. Будинки і споруди. Громадські будинки та споруди. Основні положення : ДБН В.2.2.-9:2018. - [Чинний від 2019-06-01]. – К. : Міністерство регіонального розвитку будівництва та житлово-комунального господарства України, 2019. – 43 с. – (Державні будівельні норми України).
3. Будинки і споруди. Інклюзивність будівель і споруд : ДБН В.2.2-40:2018. – [Чинний від 2019-04-01]. – К. : Міністерство регіонального розвитку будівництва та житлово-комунального господарства України, 2018. – 64 с. – (Державні будівельні норми України).
4. Будинки і споруди. Культурно-видовищні та дозвіллеві заклади : ДБН В.2.2-16:2019. – [Чинний від 2019-11-01]. – К. : Міністерство регіонального розвитку будівництва та житлово-комунального господарства України, 2019. – 93 с. – (Державні будівельні норми України).
5. Будинки і споруди. Підприємства побутового обслуговування. Загальні положення : ДБН В.2.2-11:2002. – [Чинний від 2002-05-01]. – К. : ДержбудУкраїни, 2002. – 42 с. – (Державні будівельні норми України).
6. Будинки і споруди. Підприємства харчування (заклади ресторанного господарства) : ДБН В.2.2-25:2009. – [Чинний від 2010-09-01]. – К. : Мінрегіонбуд України, 2010. – 83 с. – (Державні будівельні норми України).
7. Будинки і споруди. Спортивні та фізкультурно-оздоровчі споруди: ДБН В.2.2-13:2003. – [Чинний від 2004-03-01]. – К. : Держбуд України, 2004. – 102 с. – (Державні будівельні норми України).
8. Заклади ресторанного господарства. Класифікація : ДСТУ 4281-2004. – [Чинний від 2004-07-01]. – К. : Держспоживстандарт України, 2004. – 16 с. – (Національні стандарти України).

9. Завідна Л. Д. Готельний бізнес: стратегії розвитку : монографія / Л. Д. Завідна. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2017
10. Impact of Information Systems in Hotel Management // 24th International Conference on Information Technology (IT) Zabljak, 18-22 February, 2020.
11. Hotel Property Management Systems: Products and Features URL: <https://www.altexsoft.com/blog/hotel-property-management-systems-products-and-features/> <https://www.altexsoft.com/blog/hotel-property-management-systems-products-and-features/>
12. 2022 Hotelier Technology Sentiment Report URL: <https://www.stayntouch.com/2022-hotelier-technology-sentiment-report-2/>
13. Statista URL: <https://www.statista.com/>
14. 9. Hotelfriend URL: <https://hotelfriend.com/b/housekeeping>
15. Застосування інформаційних систем управління готелем URL: <https://dspace.nuft.edu.ua/server/api/core/bitstreams/6dbe41f7-fb1d-440b-87c8-4192e4d45582/content>
16. Hotel Technology URL: <https://www.marriott.com/en-gb/meeting-event-hotels/meetings/mobility-and-tech.mi>
17. Басюк Т.М. Методи та засоби мультимедійних інформаційних систем Навчальний посібник/ Т.М.Басюк, П.І.Жежнич. -Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2015. - 428с.
18. Enhance Guest Experience with AV System Design for Hotels URL: <https://21stcenturyav.com/av-system-design-for-hotels/>
19. NH Hotel Group presenta su nuevo servicio para el segmento de reuniones y eventos High Tech Made Easy URL: <https://www.nh-hotels.com/es/corporate/sala-de-prensa/noticias/nh-hotel-group-presenta-su-nuevo-servicio-para-el-segmento-de-reuniones-y>
20. Hotel Multimedia Systems Integration URL: <https://www.trepi.it/en/sectors/home-hospitality/>

21. Four Seasons [URL:https://www.fourseasons.com/magazine/best-of/hotel-technology-services-amenities/](https://www.fourseasons.com/magazine/best-of/hotel-technology-services-amenities/)
22. Буковель. Гірськолижний та SPA курорт в Карпатах URL:
<https://bukovel.com/>
23. Готелі Буковелю URL:
<http://www.hotelsbukovel.com.ua/ua/dostoprimechatelnosti-bukovelya>
24. Офіційний туристичний сайт Івано-Франківська URL:
<https://iftravel.com.ua/>
25. Туризм та готельний бізнес в Україні URL:
<http://prohotelia.com.ua/>
26. Progress on information and communication technologies in
hospitality and tourism URL:
<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/ijchm-08-2013-0367/full/html>
27. Sigala, Marianna. (2003). The information and communication
technologies productivity impact on the UK hotel sector. International Journal of
Operations & Production Management. 23. 1224-1245.
10.1108/01443570310496643.
28. Г.Г. Швачич, В.В. Толстой, Л.М. Петречук, Ю.С. Іващенко,
О.А. Гуляєва, О.В. Соболєнко Сучасні інформаційно-комунікаційні
технології: Навчальний посібник. – Дніпро: НМетАУ, 2017. –230 с.
29. Progress and development of information and communication
technologies in hospitality URL:
https://www.researchgate.net/publication/235311618_Progress_and_development_of_information_and_communication_technologies_in_hospitality
30. Marion Spa Bukovel [URL:https://hotel-marion.com.ua/](https://hotel-marion.com.ua/)

ДОДАТКИ

Системи безключового доступу для гостей

Назва системи	Характеристика
OpenKey / Відкритий ключ	Додаток, орієнтований на цифрові ключі, який дозволяє готелям пропонувати гостям просте, брендоване рішення для легкого доступу до номерів та місць загального користування. Доступ до зручностей у номері, таких як Wi-Fi, обслуговування номерів, пральня та інші пропозиції. Панель керування операціями, яка показує, які номери зайняті, і дозволяє персоналу налаштовувати доступ гостей до всіх зон готелю.
Goki	Доступ до SDK та API, що дозволяє замкам Goki підключатися до існуючих готельних додатків. Інтеграція з основними системами бронювання та PMS, такими як Mews, Cloudbeds та RMS. Забезпечує «аудит замків» існуючих готельних налаштувань, щоб допомогти менеджерам визначитися з їхніми потребами.
Virdee	Автоматизована реєстрація та доступ до номерів, чи то через смартфон, смарт-годинник, чи термінал. Процес перевірки особи гостя для додаткової безпеки та міжнародних прибуття. Доступ до зручностей для додаткових послуг та додаткових послуг під час проживання. Віддалена допомога гостям через ту саму платформу. Інтеграція з готельними технологіями та розумними замками, включаючи Mews, WebRezPro, Salto та Assa Abloy.
Operto	Безпечні, автоматично згенеровані мобільні ключі та коди клавіатури. Автоматизовані процеси ведення ведення бізнесу та операцій, включаючи планування, доступ, призначення завдань та комунікацію в команді. Цифрові путівники на тій самій платформі, що й цифровий ключ, включаючи місцеві рекомендації та індивідуальні пропозиції додаткових товарів. Широкий спектр інтеграцій, включаючи основні системи управління управлінням, такі як Mews, Hostfully та OwnerRez, а також провідні компанії з виробництва замкової фурнітури, такі як Nuki, Salto, Yale та Schlage.
Intelity	Мобільний ключ через смартфон, а також мобільна реєстрація заїзду та виїзду. Спілкування гостей з персоналом у режимі реального часу. Координація та управління розумними планшетами для обслуговування номерів та допомоги. Цифрове управління консьєржами та організація запитів гостей. Додаткові послуги, такі як обслуговування номерів, спортивні заходи та інші готельні послуги.
FlexiPass	Мобільні ключі, що дозволяють швидко відкривати двері за допомогою смартфона. Веб-ключі, що пропонують кнопки відкриття дверей через цифрові додатки для гостей або чат WhatsApp. Ключі-гаманці, які дозволяють гостям відмикати двері за допомогою ключа-гаманця на смартфоні. Доступ до API та SDK для легкого підключення до існуючих готельних систем. Можливість онлайн-реєстрації та додаткові опції через інтегровані платформи, включаючи системи управління персоналом (PMS), такі як Cloudbeds та Opera; платформи для спілкування з гостями, такі як Akia та Guestnet; та провідних постачальників розумних замків, таких як Salto та Assa Abloy.
Salto	Асортимент інтелектуальних замків для всіх типів дверей та систем доступу, включаючи електронні «скануючі» замки. Інтеграції через API-доступ та широкий спектр цифрових партнерів і систем.

Карта шляху клієнта готелів та курортів Hilton



Етап 01: УВІДОМЛЕННЯ

Точка дотику	Активність	Больова точка	Рішення
Онлайн-реклама	Потенційні гості бачать рекламу Hilton в Інтернеті.	Конкуренція в індустрії гостинності жорстка.	Інвестуйте в цільові рекламні кампанії в Інтернеті.
Залучення в соціальних мережах	Hilton взаємодіє з мандрівниками в соціальних мережах.	Встановлення сильної початкової присутності бренду може бути складним завданням.	Створюйте захопливий контент та активно взаємодійте з користувачами.
Вебсайти з оглядами подорожей	Потенційні гості читають відгуки про Hilton.	Негативні відгуки можуть відлякати потенційних гостей.	Звертайтеся до негативних відгуків та виділяйте позитивні.

Етап 02: РОЗГЛЯД

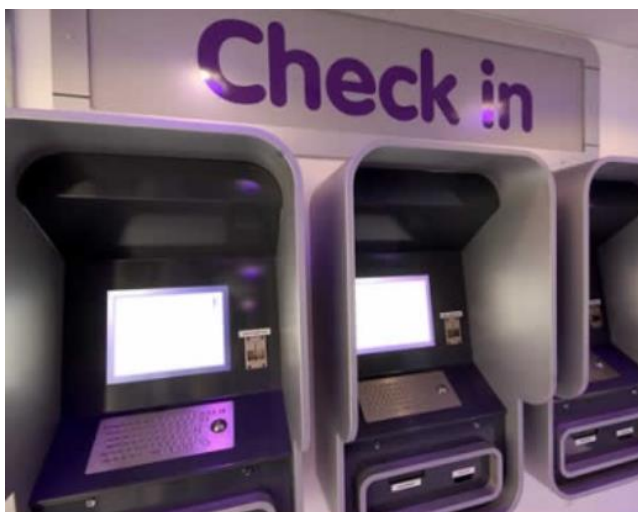
Точка дотику	Активність	Больова точка	Рішення
Вебсайт	Мандрівники відвідують веб-сайт Hilton.	Складні процеси бронювання можуть бути неприємними.	Спростіть процес бронювання та забезпечте зручний вебсайт.
Віртуальні тури	Гості здійснюють віртуальні екскурсії по готелях Hilton.	Нерозуміння планування кімнат та зручностей.	Удоскональте віртуальні тури, щоб забезпечити повний огляд нерухомості.
Обслуговування клієнтів	Гості звертаються до готелю Hilton з будь-якими питаннями.	Тривалий час очікування та некомпетентна підтримка можуть дратувати.	Покращте час реагування та навчання клієнтів.

Етап 03: КОНВЕРСІЯ

Точка дотику	Активність	Больова точка	Рішення
Онлайн-бронювання	Гості бронюють своє проживання онлайн.	Складні процеси бронювання можуть бути неприємними.	Спростіть та оптимізуйте систему онлайн-бронювання.
Мобільний додаток	Мобільний додаток Hilton використовується для бронювання.	Збої або помилки мобільного додатку можуть перешкоджати конверсіям.	Забезпечте стабільний та зручний мобільний додаток.
Підтвердження електронною поштою	Гості отримують підтвердження бронювання електронною поштою.	Затримка або відсутність підтверджень може викликати занепокоєння.	Покращити системи доставки електронної пошти та сповіщень.

Етап 04: ВІДДАНІСТЬ

Точка дотику	Активність	Больова точка	Рішення
Програма відзнаки Hilton	Гості приєднуються до програми лояльності Hilton Honors.	Нечіткі переваги та винагороди програми можуть відлякувати від участі.	Чітко поясніть переваги програми лояльності.
Персоналізовані пропозиції	Hilton пропонує індивідуальні пропозиції для постійних гостей.	Пропозиції можуть не завжди відповідати вподобанням гостей.	Персоналізуйте пропозиції на основі вподобань та історії гостей.
Пріоритетна реєстрація	Учасники програми лояльності користуються пріоритетною реєстрацією.	Стандартний час очікування на реєстрацію може бути проблемою.	Забезпечити швидкі та ефективні процеси пріоритетної реєстрації.

Використання інформаційно-комунікаційних технологій в готелях

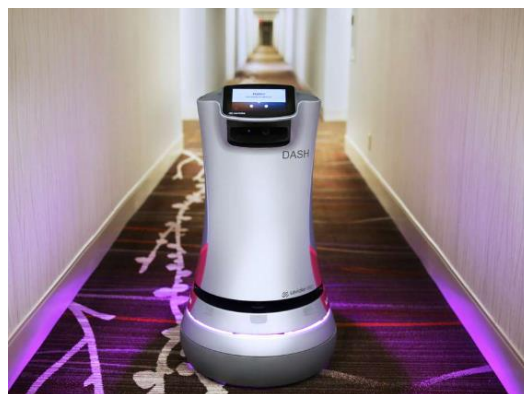
Безконтактна реєстрація в готелях YOTEL



Безконтактна реєстрація в готелях Premier Inn



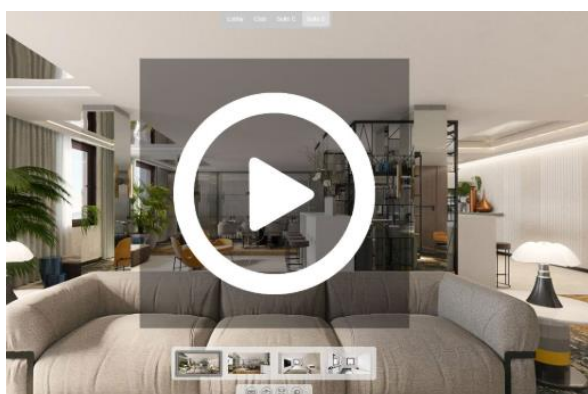
Використання штучного інтелекту (Marriott International, Choice Hotels International)



Роботи для обслуговування гостей

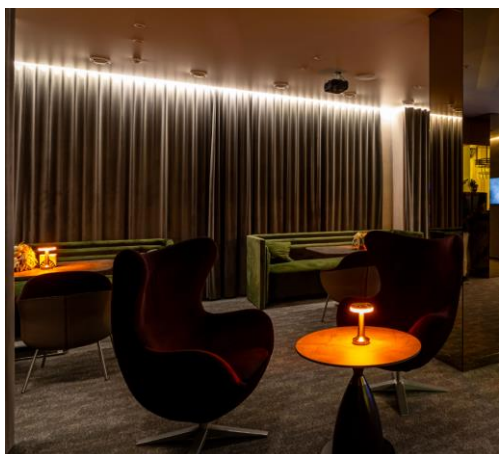


«Розумні номери»



Віртуальний 3D-тур

Готель «MARION SPA»

*Лаунж зона**Вестибюль**Лижна кімната**Парковка**Дитяча кімната**Басейн*